

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

*LES MÉDIAS, LES ÉCOLES JUIVES ET LE MONT-ORFORD : LE RÔLE DE LA PRESSE ÉCRITE
DANS LA MISE EN OEUVRE DES POLITIQUES DU GOUVERNEMENT CHAREST*

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA MAÎTRISE EN SCIENCE POLITIQUE

PAR
SIMON DUPUIS

JUIN 2007

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS

Ce document constitue le produit final d'un cheminement académique de deux ans. Les informations qui s'y trouvent tentent de décrire le plus fidèlement possible un phénomène touchant le partage de l'avoir collectif et les rapports de force en société. L'étude espère fournir au lecteur une meilleure compréhension du sujet, mais souhaite avant tout inspirer d'autres individus à poursuivre la réflexion.

L'auteur tient à remercier ses directeurs de recherche, Messieurs Bourgault et Drouilly, pour leur grande générosité et leurs judicieux conseils. La réalisation de ce travail n'aurait pu être possible sans leur encadrement intellectuel. L'auteur tient également à remercier du fond du cœur ses parents, pour qui l'admiration et la reconnaissance auront contribué à mener ce projet à terme. Finalement, un merci particulier à toutes les personnes - famille, amis et collègues - qui ont contribué, chacun à leur façon, à cette étape de ma vie.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES	vi
LISTE DES TABLEAUX	vii
RÉSUMÉ	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
NOTIONS THÉORIQUES RELATIVES AU CONCEPT D'AGENDA	3
1.1 Le concept d'agenda	3
1.2 Les notions de <i>priming</i> et de <i>framing</i>	5
1.3 La saillance d'un enjeu et l'agenda public	5
CHAPITRE II	
LA FORMATION DE L'AGENDA MÉDIATIQUE	8
2.1 Approches théoriques.....	8
2.1.1 Approche classique - idéal-type en démocratie.....	8
2.1.2 Approche critique - influence de l'idéologie dominante.....	9
2.1.3 Approche des <i>cultural studies</i> - l'influence du public	11
2.2 L'influence de l'opinion publique.....	13
2.2.1 Différents métiers, différentes opinions publiques?	13
2.2.2 La construction sociale de l'opinion publique	13
2.2.3 Les journalistes et l'opinion publique	14
2.2.3.1 Le « lecteur-type » et le « sens des nouvelles »	15
2.3 Le poids des indicateurs réels	16
2.3.1 Le cycle d'attention	17
2.4 Le poids des médias dominants	18
2.5 La relation entre les journalistes et leurs sources.....	18
2.5.1 Le poids des acteurs	18
2.5.2 Les stratégies et objectifs des groupes	19
2.5.3 Le contrôle social des médias.....	22

2.5.4 L'influence des élus; les tentatives de manipulation.....	23
CHAPITRE III	
LA FORMATION DE L'AGENDA POLITIQUE.....	27
3.1 L'élaboration des politiques en quatre étapes	28
3.2 La mise à l'agenda politique et la « fenêtre d'opportunité ».....	29
3.3 Le « rôle » des médias : le processus d'élaboration des politiques et la construction de l'opinion publique	30
3.4 L'opinion publique et la prise de décisions.....	31
3.5 Le poids des acteurs	34
3.6 L'influence du contenu médiatique sur la prise de décision.....	36
3.6.1 L'effet d'accélération	36
3.6.2 Les médias : la nouvelle assemblée citoyenne?	37
3.6.3 Les activités en Chambre	38
3.6.4 Le processus judiciaire	39
3.6.5 Les limites de l'influence	40
CHAPITRE IV	
DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE.....	42
4.1 Problématique	42
4.1.1 Rappel des questions de recherche.....	44
4.2 Hypothèses	44
4.3 Méthodologie pour la collecte de données.....	46
4.3.1 Délimitation de la période à l'étude	47
4.3.2 Indicateurs de validation des hypothèses	47
4.4 Le discours médiatique : la presse écrite.....	49
4.4.1 Les différents rôles	49
4.4.2 Présentation des quotidiens à l'étude.....	51
4.4.2.1 Système de pondération des données	53
4.5 Description du contexte.....	53
4.5.1 Le gouvernement Charest.....	53

4.5.2 Le dossier des subventions aux écoles juives.....	54
4.5.3 Le dossier du parc national du Mont-Orford.....	55
4.6 Justification des cas à l'étude.....	59
CHAPITRE V	
RÉSULTATS DE L'ANALYSE	61
5.1 Validation des hypothèses.....	61
5.2 L'évolution de l'attention médiatique sur les dossiers à l'étude.....	66
5.2.1 Le dossier des écoles juives	66
5.2.2 Le dossier du Mont-Orford	68
5.3 Le cycle des politiques de Kingdon	70
5.4 Le cycle d'attention de Downs et la survie médiatique du dossier Orford	71
CHAPITRE VI	
INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	73
6.1 Les différences dans le traitement médiatique des dossiers à l'étude.....	73
6.1.1 La relation entre journalistes et sources	74
6.1.2 L'importance des relations publiques	75
6.1.3 Le Mont-Orford et la médiatisation des conflits	76
6.1.4 La complexité technique du dossier Orford	77
6.2 Limites de la démarche méthodologique et facteurs d'explication.....	79
6.2.1 Le contexte des politiques à l'étude	79
6.2.2 L'influence des acteurs et le contrôle de l'agenda gouvernemental	80
6.2.3 Le poids de l'opinion publique sur la prise de décision	82
CONCLUSION	84
ANNEXES	89
BIBLIOGRAPHIE	91

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Tirage des quotidiens de l'échantillon.....	52
Figure 2 : Types d'articles publiés, dossier des écoles juives.....	62
Figure 3 : Rôles assumés (hypothèse 1), dossier des écoles juives.....	62
Figure 4 : Types d'articles publiés, dossier du Mont-Orford.....	63
Figure 5 : Rôles assumés (hypothèse 1), dossier du Mont-Orford.....	63
Figure 6 : Appui au projet (hypothèse 2), dossier des écoles juives	64
Figure 7 : Appui au projet (hypothèse 2), dossier du Mont-Orford	65
Figure 8 : Appui au projet, dossier des écoles juives, journaux francophones	65
Figure 9 : Évolution de l'attention médiatique, dossier des écoles juives	67
Figure 10 : Évolution de l'attention médiatique, dossier du Mont-Orford	68

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Le « rôle » des médias.....	45
Tableau 2 : Types de contenu médiatique associé à chaque niveau de rôle	61
Tableau 3 : Appui de la presse écrite au projet, (Hypothèse 2), Dossier des écoles juives (pourcentages)	65
Tableau 4 : Appui de la presse écrite au projet, (Hypothèse 2), Dossier du Mont-Orford (pourcentages)	66
Tableau 5 : La « fenêtre d'opportunité » et le cycle des politiques de Kingdon.....	70
Tableau 6 : Le Mont-Orford et le cycle d'attention de Downs (1972)	72
Tableau 7 : Type d'articles publiés, Dossier des écoles juives	89
Tableau 8 : Type d'articles publiés, Dossier du Mont-Orford	89
Tableau 9 : Appui des quotidiens, Dossier des écoles juives (nombre de mots)	89
Tableau 10 : Appui des quotidiens, Dossier du Mont-Orford (nombre de mots)	90

RÉSUMÉ

Cette étude vise à décrire la dynamique particulière qui caractérise la relation entre médias et gouvernements dans le processus d'élaboration des politiques publiques. Cette démarche s'appuie sur l'idée que les instances médiatiques, en tant qu'acteurs de la société civile, jouissent d'un positionnement central dans le dialogue entre la population et les élus. Les différents rôles effectués par les médias à l'intérieur du cycle des politiques peuvent nuancer le niveau de compréhension des lecteurs et la prise de position. Les premiers chapitres de la recherche procèdent au résumé des théories pour justifier les affirmations précédentes.

L'étude se penche ensuite sur deux politiques récentes du gouvernement du Québec, soit les projets de subventions aux écoles privées juives et celui de privatisation partielle du parc national du Mont-Orford, survenus entre 2004 et 2006. En plaçant le facteur médiatique au centre de sa réflexion, le travail tente d'expliquer le résultat final de ces deux politiques, dont la première voit sa mise en oeuvre interrompue par le gouvernement près d'une semaine après sa publication.

L'analyse du discours de la presse écrite québécoise à l'étape de mise en oeuvre des politiques à l'étude permet d'émettre une série de conclusions. On remarque notamment une récupération médiatique plus prononcée de l'opposition populaire et un plus grand niveau d'analyse à l'endroit du dossier des écoles juives. Les données révèlent également une grande part d'opinion et une attention marquée pour les aspects conflictuels dans la couverture médiatique du dossier Orford. À défaut de démontrer une influence directe du contenu médiatique sur la prise de décision, l'étude propose une réflexion sur la relation entre médias et pouvoirs politiques et sur la qualité de la couverture des enjeux touchant la redistribution de l'avoir collectif.

Mots clés : Média, influence, politique publique, Mont Orford, écoles juives

INTRODUCTION

La performance d'un gouvernement repose sur sa capacité à gérer les ressources collectives et à convaincre le citoyen du bien-fondé de ses initiatives, lui conférant appui et légitimité. Il incombe en retour à l'électeur de manifester une compréhension suffisante des enjeux, pour évaluer le rendement des élus et ainsi les rendre responsables de leurs actions au moment du scrutin. Faute de quoi la participation civique repose sur des bases largement symboliques et contrevient à la saine gestion de la collectivité.

La compréhension des enjeux découle dans une large mesure du travail effectué par les organisations médiatiques, responsables de rapporter de façon claire et objective l'information d'intérêt public. Toutefois, chaque média agrège des intérêts politiques et économiques qui lui sont propres et possède la capacité de les mettre en valeur auprès du public. L'interprétation des enjeux politiques présente un impact incontestable sur la perception du public et ultimement, sur les choix collectifs. Cette marge de manoeuvre risque alors de guider le degré d'action gouvernementale et l'ampleur des ressources affectées.

Ce travail s'appuie sur ces postulats pour évaluer la relation entre la couverture médiatique et l'action gouvernementale dans le processus d'élaboration des politiques. Son but consiste à décrire le rôle effectué par la presse écrite québécoise au moment de la mise en oeuvre de deux politiques controversées du gouvernement Charest, survenues en 2005 et 2006 : la politique de subventions aux écoles privées juives ainsi que celle de la privatisation partielle du parc national du Mont-Orford. Les deux dossiers suscitent au Québec de vives réactions, souffrant d'une impopularité accrue dans les sondages. Toutefois, un des dossiers se rend à terme, par l'adoption d'un projet de loi, tandis que l'autre voit sa mise en oeuvre interrompue par le gouvernement près d'une semaine après son dévoilement.

L'analyse du discours de la presse écrite durant leur mise en oeuvre fournit une piste d'explication de ce phénomène.

Avant de passer à l'analyse, il importe de revoir les travaux déjà effectués sur le sujet. Les premières parties du travail résument les recherches touchant la formation et l'interaction entre les agendas médiatique, public et politique. Cette démarche permet de construire une grille théorique utile pour la validation des hypothèses de recherche. Une grande part de la théorie émane de la littérature américaine, plus avancée sur le sujet, qu'on tente par la suite de transposer au contexte québécois.

Cette démarche vise à répondre aux questions de recherche suivantes :

1. Quel est le rôle de la presse écrite au moment de la mise en oeuvre des politiques de subvention aux écoles privées juives et de la privatisation partielle du Mont-Orford?
2. Quel est l'appui de la presse écrite à l'endroit de ces politiques?

Le mémoire vise ultimement à contribuer à la connaissance du sujet, qui se voit trop souvent relégué au domaine de la communication, en dépit de sa pertinence pour la science politique.

CHAPITRE I

NOTIONS THÉORIQUES RELATIVES AU CONCEPT D'AGENDA

Le processus de mise à l'agenda fait l'objet de nombreuses études qui révèlent chacune à leur façon les interactions entre les priorités du public, des médias et des instances politiques dans les régimes démocratiques. La partie qui suit présente les principales théories à ce sujet.

1.1 Le concept d'agenda

Les théories d'*agenda-setting* permettent d'expliquer en partie les raisons qui justifient la médiatisation de certains enjeux au détriment des autres, les mécanismes de formation de l'opinion publique et les motivations de l'action gouvernementale sur ces mêmes enjeux. Les auteurs Rogers et Dearing¹ définissent le concept d'agenda comme « une liste d'enjeux communiqués selon un ordre d'importance variant d'une situation à l'autre² ». Ces derniers complètent cette conceptualisation avec la définition de Cobb et Elder, dans une perspective politique, à savoir « un ensemble général de controverses qui seront perçues à un certain point comme des enjeux légitimes nécessitant l'attention des élus³ ». Les mêmes auteurs définissent un enjeu comme « un conflit entre deux ou plusieurs groupes identifiables sur des questions

¹ Rogers, J. W. et Dearing, E. M. (1996). *Communication Concepts 6 : Agenda-Setting*, Thousand Oaks, CA : Sage.

² Traduction libre de "a set of issues that are communicated in a hierarchy or importance at a point in time".

Rogers, J. W. et Dearing, E. M., (1996), *op. cit.*, p.2

³ Traduction libre de "a general set of political controversies that will be viewed at any point as falling within the range of legitimate concerns meriting the attention of the polity.", Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983), *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building*. Boston: Allyn & Bacon; Baltimore: Johns Hopkins University Press, p. 14.

procédurales ou substantives relevant de la distribution de positions ou de ressources⁵ ».

La fonction d'agenda, ou de mise à l'ordre du jour, constitue la capacité pour les médias de cerner les priorités sociales du moment, selon des critères démocratiques, – quels enjeux sociaux affectent, directement ou non, le plus grand nombre – et de porter ces enjeux à l'agenda politique. Le modèle de mise à l'agenda suggère le passage d'un enjeu public à l'agenda médiatique et ensuite à l'agenda politique. L'idéal type d'*agenda-setting* suggère l'influence de la masse (agenda public, par les données de sondages) sur l'agenda médiatique, autour duquel seront façonnées les priorités politiques du moment (agenda politique).

Les auteurs définissent le concept d'*agenda-setting* comme « un procédé continu, politique en occurrence, au sein duquel les différents acteurs sociaux rivalisent pour gagner l'attention des médias, du public et des instances politiques⁶ », de façon à mettre en valeur différents enjeux et ainsi susciter l'action gouvernementale. Le nombre d'enjeux à l'agenda médiatique se voit donc limité, et l'introduction d'une nouvelle question sur la sphère publique risque de chasser un autre enjeu de l'espace de discussion. C'est donc cette idée de compétition qui définit en partie la présence de différents enjeux publics sur l'agenda médiatique.

La nature conflictuelle d'un enjeu constitue un des facteurs qui expliquent sa capacité à figurer sur la sphère publique, en occurrence les médias de masse. Les enjeux nécessitent donc une place dans l'espace public pour devenir des questions sociales. Toutefois, plusieurs enjeux n'arrivent jamais ou rarement à se hisser sur les

⁵ Traduction libre de "a conflict between two or more identifiable groups over procedural or substantive matters relating to the distribution of positions or resources." Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983), *op. cit.*, p. 32.

⁶ Traduction libre de "The agenda-setting process is an ongoing competition among issue proponents to gain attention of media professionals, the public and policy elite." Rogers, J. W. & Dearing, E. M. (1996), *op. cit.*, p. 2.

différents agendas, en dépit de leur congruence avec la définition mentionnée précédemment. Tel qu'évoqué par Ansolabehere et Iyengar⁷, un enjeu devient une question sociale au moment où il peut constituer un outil de gain politique pour un des protagonistes.

1.2 Les notions de *priming* et de *framing*

L'angle sous lequel les médias abordent un enjeu relève également de la compétition entre les différents acteurs impliqués. En effet, les notions de *priming* et de *framing* dépendent des choix éditorialistes des journalistes, soumis à l'influence de différents groupes aux positions opposées. Le *priming* fait référence à l'importance accordée par les médias aux différents enjeux ou acteurs. Le choix du média de centrer sa couverture sur un enjeu précis peut avantager un politicien déjà positionné à l'égard de cet enjeu. Dans le même ordre d'idées, le *priming* exercé par l'organisation médiatique peut découler de l'influence d'acteurs politiques dominants. Le *framing*, plus subtile, concerne l'angle utilisé par le média pour traiter un enjeu; il est ici question de la sélection de différents aspects de l'enjeu, tels l'identification des acteurs impliqués, de façon à suggérer certaines causes ou solutions au problème rapporté ou en limiter les alternatives.

1.3 La saillance d'un enjeu et l'agenda public

La théorie *d'agenda-setting* étudie la saillance des différents enjeux, à savoir l'importance relative de ces derniers sur l'enjeu médiatique, qui se répercute sur l'importance accordée par le public. À défaut de pouvoir démontrer un lien clair, direct et significatif entre le contenu médiatique et les opinions des lecteurs, les

⁷ Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1994). "Riding the Wave and Claiming Ownership over Issues: The Joint Effects of Advertising and News Coverage in Campaigns", *Public Opinion Quarterly*, 58, p. 335-357.

études révèlent néanmoins une corrélation entre l'ordre de priorité des différents enjeux à l'agenda médiatique et l'importance accordée par le public à ces mêmes enjeux⁸. L'influence de l'agenda médiatique sur l'agenda public dépend toutefois de l'exposition aux médias⁹, de la crédibilité des médias sur les différents enjeux¹⁰ et de l'expérience personnelle du public¹¹.

Les études suggèrent notamment que plus l'expérience personnelle du public à l'endroit d'un enjeu est grande, moins l'influence de l'agenda médiatique sera prononcée (ex. : chômage, criminalité, cancer, etc.). Toutefois, l'expérience personnelle d'un individu avec un enjeu peut l'inciter à chercher de l'information dans les médias, ce qui augmente son exposition au contenu médiatique, et en augmente ainsi l'influence. Ce qui amène à affirmer que les médias arrivent à influencer non pas ce que pense le public, mais bien à quoi pense le public.

Différents indicateurs permettent de mesurer le niveau d'importance des enjeux sur les agendas public, médiatique et politique. D'abord, la saillance d'un enjeu pour le public se mesure par les sondages d'opinion. Les sondages permettent

⁸ Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, New York: Harcourt Brace; Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1964). "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action". In L. Bryston (Ed.), *The Communication of Ideas: A Series of Addresses*. New York: Harper, p. 95-118.; McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, p. 176-187.; Funkhouser, G. R. (1973a). "The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, 37(1), p. 62-75.

⁹ Weaver, D. H., McCombs, M. E. & Spellman, C. (1975). "Watergate and the Media: A Case Study of Agenda Setting". *American Politics Quarterly*, 3, p. 458-472.; Shaw, D. L., & Clemmer, C. L. (1977), "News and the Public Response". In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*. St-Paul, MN: West, p. 33-51.; Mullins, L. E. (1977), "Agenda Setting and the Young Voter", in D. L. Shaw & M. E. McCombs. *op. cit.* p. 133-148.; Einsiedel, E. F., Salomone, K. L. & Schneider, F. P. (1984). "Crime: Effects of Media Exposure and Personal Experience on Issue Salience". *Journalism Quarterly*, 61, p. 131-136.; Wanta, W., & Hu, Y. (1994). "The Effects of Credibility, Reliance, and Exposure on Media Agenda-Setting: A Path Analysis Model". *Journalism Quarterly*, 71(1), p. 99-109.

¹⁰ Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988), "Agenda-Setting Research: Where has it been? Where is it going?" in J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook 11*, Newbury Park, CA: Sage, p. 555-594.

¹¹ Zucker, H. G. (1978), "The Variable Nature of News Media Influence". In B. D. Ruben (Ed.), *Communication Yearbook 2*, New Brunswick, NJ: Transaction, p. 235-246.

de mesurer, de façon relativement approximative et en un temps donné, la perception du public à l'endroit d'un enjeu. Ensuite, l'agenda médiatique se mesure par analyse de contenu, et se quantifie selon le nombre d'articles reliés au même sujet. L'importance d'un enjeu sur l'agenda politique se mesure en vertu des allocations budgétaires octroyées, de l'adoption de nouvelles lois et du temps de débat en chambre alloué au même enjeu.

CHAPITRE II

LA FORMATION DE L'AGENDA MÉDIATIQUE

2.1 Approches théoriques

Trois approches expliquent la formation de l'agenda médiatique et le choix des nouvelles. La première se fonde sur l'idéal-type des médias en société démocratique, la seconde sur l'influence de l'idéologie dominante et la troisième sur l'influence des attentes et des croyances des lecteurs/consommateurs.

2.1.1 Approche classique – idéal-type en démocratie

La survie d'un régime démocratique dépend de l'existence de médias capables de remplir certaines fonctions fondamentales, notamment la surveillance de l'environnement sociopolitique et l'identification des enjeux significatifs du moment. Ils doivent fournir un espace de médiation et de débat d'idées représentatif des forces politiques de la société, tout en préservant un dialogue pluraliste entre les élus et la population⁴.

Il incombe aux médias d'instaurer des mécanismes de redevance des élus envers les citoyens, dans le but d'encourager la participation politique des électeurs, tant au niveau du vote qu'au niveau des idées. De façon plus abstraite, les médias doivent aussi installer un esprit de lucidité chez les auditeurs et projeter une image d'indépendance et d'intégrité, de façon à leur permettre de résister aux autres influences de la société capables de corrompre leur rationalité. Il importe ainsi aux

⁴ Blumler, J. G, Gurevitch, M. (1995), *The Crisis of Public communication*. Coll. Communication and Society. London: Routledge Press, p. 97.

organisations médiatiques de considérer leur auditoire comme un ensemble d'acteurs rationnels capables de s'orienter dans leur environnement politique.

Gingras¹³ abonde dans le même sens en évoquant le modèle de la sphère publique, tel que décrit dans le Rapport de la commission américaine sur la liberté de presse de 1947. Le rapport assigne cinq responsabilités aux médias : « présenter un compte rendu des événements véridique, complet et intelligible dans un contexte qui leur donne un sens, être un forum d'échange, projeter une image représentative des groupes constitutifs de la société, présenter et clarifier les buts et les valeurs de la société et fournir un accès total aux informations du jour ».¹⁴

2.1.2 Approche critique - l'influence de l'idéologie dominante

Cette perspective, issue de l'École de Francfort, se penche sur les rapports entre la démocratie, le système politique et les médias, ou « industries culturelles »¹⁵. Rejetant l'approche conventionnelle qui suggère un souci d'objectivité de la part des médias et faisant abstraction de toute préférence partisane ou idéologique, cette approche soutient que l'impartialité des médias dans le traitement du politique constitue un moyen de cacher leur véritable allégeance au *statu quo* et à la reproduction de l'idéologie dominante. Le traitement journalistique, dans cette optique, ne détient aucune autonomie vis-à-vis le pouvoir économique ou politique. Gingras justifie ce modèle d'appareil idéologique des médias par la situation

¹³ Gingras, A.-M. (2006), *Médias et démocratie : le grand malentendu* (2^{ième} édition) Québec : Presses de l'Université du Québec.

¹⁴ Rapport de la commission américaine sur la liberté de presse de 1947, Peterson, T. (1956), « The Social Responsibility Theory », in Siebert, F. S. & al., *Four Theories of the Press*, Chicago: University of Illinois Press, p. 87-91.

¹⁵ Girard, A. (2002), « Analyse du discours d'opinion sur Internet du quotidien montréalais *La Presse* (1995-2001) ». Mémoire, Montréal, Université du Québec à Montréal, p. 17.

économique et juridique dans lesquelles évoluent les organisations médiatiques, principalement par leur dépendance envers les sources politiques institutionnalisées¹⁶.

Noam Chomsky soutient pour sa part que les médias de masse, tout en se couvrant d'un voile d'objectivité, s'efforcent de présenter une image du monde favorable aux élites et correspondant à l'idéologie dominante. Dans « *Manufacturing Consent* », l'auteur avance son « *Propaganda model* », dans lequel les médias de masse sont perçus comme un

«Système dont les fonctions sont d'amuser, de distraire, d'informer la population, en inculquant aux individus les valeurs, croyances et codes de conduites qui leur permettront de s'intégrer dans les structures institutionnelles d'une société plus vaste. Dans un monde de concentration de richesse et de tensions entre classes sociales, la propagande systématique est nécessaire pour remplir ces fonctions»¹⁷.

Selon ce modèle, la perception de la réalité passe par une série de filtres qui parviennent à intercepter les informations ou opinions dissidentes par rapport à l'idéologie dominante¹⁸. Ces filtres incluent notamment la taille, les propriétaires du média et l'orientation des profits, l'importance des revenus publicitaires, la dépendance des médias envers les différentes sources d'information (gouvernement, entreprises, etc.) et certaines mesures de censure. Ces facteurs viendront tour à tour contrôler le contenu journalistique selon les volontés de l'élite. Quoique ce phénomène concerne plus spécifiquement le contexte américain, il peut tout de même être appliqué à la situation canadienne. On peut donc envisager la formation de

¹⁶ Gingras, A.-M., (2006), *op. cit.*

¹⁷ Traduction libre de "system for communicating messages and symbols to the general populace. It is their function to amuse, entertain, and inform, and to inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behavior that will integrate them into the institutional structures of the larger society. In a world of concentrated wealth and major conflicts of class interest, to fulfill this role requires systematic propaganda." Chomsky, N., & Edward, H. S. (1988), "A propaganda model". In Chomsky, N., *Manufacturing Consent : The political Economy of the Mass Media*. New York : Pantheon Books.

¹⁸ *Ibid.*

l'agenda médiatique en fonction des relations entretenues avec les institutions sociales dominantes.

2.1.3 Approche des *cultural studies* - l'influence du public

Cette approche soutient qu'à l'inverse de l'approche critique, le contenu médiatique est davantage façonné par les attentes et les croyances de l'auditoire que par l'idéologie dominante véhiculée par l'élite économique. En effet, les *cultural studies* refusent le modèle victimisant de la théorie critique traditionnelle, en particulier l'idée du caractère aliénant de la culture de masse, dénoncée par les théoriciens de l'École de Francfort. Les médias de masse instaurent davantage un rapport entre l'individu et les classes sociales qu'un rapport de domination de l'élite sur la masse, tel que soutenu, entre autres, par les chercheurs du *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies*¹⁹.

Les études *Nationwide* de Morley²⁰ ont aussi démontré le rôle des cadres culturels dans la détermination des interprétations individuelles du contenu médiatique. Ces recherches ont pu mettre en lumière les différents messages pouvant être perçus par l'auditoire selon leurs caractéristiques socioculturelles, jusqu'à célébrer l'infinie diversité des décodages des messages par les téléspectateurs et de récuser ainsi d'avance tout pouvoir des médias, et donc toute productivité du texte. Hall soutient qu'en dépit d'une construction idéologique du contenu médiatique et d'une lecture dominante et majoritaire de celui-ci, la résistance du sujet reste un facteur limitant l'influence médiatique et façonnant en retour la fabrication de l'information²¹.

¹⁹ Millerand, F., « David Morley et la problématique de la réception ». *Composite*. (En ligne). V. 97.1. 1997. <http://commposite.org/97.1/articles/milleran.htm>

²⁰ Morley, D. (1980), *The 'Nationwide' Audience*, London: British Film Institute.

²¹ Hall, S. (1981), "Encoding / Decoding", in Hall, S. & al., *Culture, Media, Language*, Londres: Hutchison & Center for Contemporary Cultural Studies, p. 128-138.

Les convictions politiques des lecteurs constituent un facteur qui limite grandement la capacité des médias d'influencer les choix populaires. Les recherches démontrent que les lecteurs sont susceptibles de s'exposer à de l'information qui renforce leurs croyances initiales, et tentent d'éviter toute distorsion entre le contenu journalistique et leurs convictions politiques personnelles²². Les travaux de Lazarsfeld durant les années 1940 aux États-unis ont su exposer les limites de l'influence des médias, selon le modèle des « *uses and gratifications* »²³, qui suggère que le contenu médiatique est sujet aux attentes et besoins de l'auditoire.

Les médias se doivent donc de représenter ou même de flatter les croyances et opinions des lecteurs sans quoi ces derniers perdront intérêt. Les médias sont envisagés comme faisant partie intégrante d'un « système d'interaction symbolique », participant à la production d'un univers symbolique plutôt que comme des instruments au service d'une classe dominante. Dans cette perspective, les *cultural studies* rejoignent l'approche des « *uses and gratifications* » pour dire que « ce sont davantage les gens qui font quelque chose des médias et non l'inverse ». Ce phénomène limite la capacité d'un média d'influencer les attitudes des auditeurs, puisque ceux-ci partagent déjà pour la plupart les positions éditorialistes du média en question. On peut donc envisager la formation de l'agenda médiatique en fonction des attentes du public, dont l'influence sur ces derniers se voit nuancée par leur niveau d'exposition.

Les sections qui suivent répertorient les principales variables qui interagissent dans la formation des différents agendas. En procédant à un survol des études effectuées sur le sujet, il sera ainsi possible de déterminer la pertinence réelle de chacune de ces approches.

²² Joslyn, R. (1984), *Mass Media and Elections*, New York: Random House, p. 162.

²³ Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, IL: Free Press.

2.2 Influence de l'opinion publique

2.2.1 Différents métiers, différentes opinions publiques?

Dans un ouvrage publié en 1998, Susan Herbst évalue les différentes conceptions usuelles de la notion d'opinion publique chez les principaux acteurs de la politique américaine²⁴. Son étude, dont l'information provient d'une série d'entrevues effectuées auprès de représentants de la branche législative (*policy experts*)²⁵, de militants (*activists*) et de journalistes, chacun à sa façon interpellé par le concept d'opinion publique, consiste à déterminer les indicateurs utilisés par chacun pour aborder le concept.

D'abord, le législateur doit proposer ou appuyer des politiques qui répondent aux attentes du public. Ensuite, l'activiste doit défendre la légitimité et l'appui populaire pour sa cause auprès des élus. Finalement, le journaliste doit posséder une connaissance suffisante de l'opinion publique pour cerner les enjeux significatifs du moment pour le lectorat et les placer à l'avant plan de son agenda. Les résultats de cette étude permettront, tout au long du texte, de mieux évaluer la prise en compte de l'opinion publique par ces différents acteurs.

2.2.2 La construction sociale de l'opinion publique

De ces différentes conceptions de l'opinion publique découlent différents indicateurs pour l'évaluer. L'auteur énonce néanmoins quatre critères macro qui influencent la construction sociale du concept d'opinion publique : le modèle de

²⁴ Herbst, S. (1998), *Reading Public Opinion: How Political Actors view the Democratic Process*. Chicago: The University of Chicago Press.

²⁵ Dans le cadre de son étude, Herbst choisit à titre de «policy experts» 20 professionnels au service de membres des assemblées législatives de l'Illinois. Parmi ceux-ci se trouvent des attachés de presse et des directeurs des communications.

démocratie partagé par les membres d'une communauté (« le public sait-il vraiment ce qu'il veut? »), les types de technologies et de méthodologies utilisées pour évaluer l'opinion (« les sondages d'opinion permettent-ils vraiment de connaître les désirs du public? »), la rhétorique de l'élite politique (« les appuis populaires évoqués par les politiciens pour défendre leurs politiques représentent-elles l'opinion publique? ») et l'évaluation de l'opinion publique telle qu'effectuée par les journalistes (« peut-on entrevoir des tendances dans le public à partir de nouvelles relatant de façon narrative des cas particuliers? »)²⁶.

2.2.3 Les journalistes et l'opinion publique

L'auteur tente donc, par une série d'entrevues, de déterminer les critères utilisés par les journalistes pour évaluer l'opinion publique, dans le but de cibler les enjeux significatifs pour les électeurs/consommateurs. Contrairement aux politiciens interrogés dans le cadre de l'étude, les journalistes considèrent les sondages d'opinion comme des outils précieux pour justifier la médiatisation de nouvelles concernant des cas particuliers et ainsi permettre de les présenter comme des tendances plus générales dans la population. Par exemple, si on découvre un cas de négligence médicale dans un hôpital et que les données de sondage sur la qualité des services médicaux révèlent une majorité insatisfaite, alors un journaliste peut juger pertinent d'inclure la nouvelle à son agenda. L'auteur note un certain cynisme de la part des journalistes interrogés à l'endroit du système politique et de la capacité des répondants d'exprimer une opinion informée dans le cadre d'un sondage. C'est donc dans cette optique que les journalistes interrogés font appel aux sondages d'opinion, dans le but d'appuyer leur propre agenda.

²⁶ *Ibid.* p. 16

La plupart des journalistes interrogés par Herbst définissent le public non pas comme la population dans son ensemble mais bien comme les lecteurs du média en question. En effet, cette conception repose sur l'idée que la population se compose d'un nombre de publics variés. Le but premier des journalistes, lors de la sélection des nouvelles, consiste à rapporter les événements qui sauront interpeller les différents publics. Une façon de mesurer un tel intérêt réside dans les réactions des auditeurs suite à la publication d'une nouvelle.

2.2.3.1 Le « lecteur-type » et le « sens de la nouvelle »

Dans le même ordre d'idées, plusieurs journalistes abordés dans le cadre de l'étude conçoivent le public avec en tête l'image du « lecteur-type ». Lorsque le journaliste rapporte un événement, il doit tenir compte de cette construction théorique pour en évaluer l'intérêt populaire. De cette évaluation de l'intérêt du public découle le modèle de l'auteur pour justifier le choix des nouvelles. D'abord, ce modèle repose sur ce que les journalistes interrogés nomment le « sens de la nouvelle », qui s'appuie sur la conception du « lecteur-type », à savoir une connaissance vague des intérêts et des préférences informationnelles de ces derniers. Ce sens de la nouvelle émane de l'expérience du journaliste et de ses interactions avec les différents acteurs impliqués dans le processus politique.

Le modèle suggère donc que le journaliste, en vertu de « son sens de la nouvelle », choisit un événement à rapporter, tâte le pouls de l'élite politique qui l'entoure pour en déterminer sa saillance, publie la nouvelle et évalue la rétroaction du public pour justifier une plus grande couverture de l'événement initial (« l'événement rapporté suscite-t-il des débats dans la population? »). Quoique appropriée selon une perspective commerciale, cette conception de l'opinion publique sur laquelle reposent les choix éditorialistes propose néanmoins un certain écart avec la théorie démocratique classique et le rôle des médias qui en découle. En reposant

sur le « sens de la nouvelle » et non sur la consultation directe du public, pour deviner les intérêts du « lecteur-type », les journalistes entrent en contradiction avec l'idéal type de la démocratie pluraliste.

L'auteur évoque donc la conception de Held²⁷, celle d'« élitisme compétitif » ou de « vision technocratique », pour définir la conception médiatique de la démocratie, caractéristique des sociétés industrialisées : un leadership politique fort, une bureaucratie autonome et compétente, une forte compétition entre élites politiques et une population peu informée et peu engagée dans la politique. La notion de compétition entre élites se traduit plus souvent qu'autrement dans le contenu médiatique par la propension de rapporter les conflits entre acteurs. En plaçant des visages humains sur les différents enjeux à l'agenda, les médias parviennent à créer des repères pour permettre aux lecteurs de s'identifier à chacun des protagonistes. L'opinion publique se présente donc, dans cette optique, comme une construction journalistique, façonnée par la compétition entre élites politiques.

2.3 Le poids des indicateurs réels

Un faible lien semble exister entre la saillance médiatique d'un enjeu et son importance dans la réalité, selon des indicateurs réels. On fait ici référence, par exemple, à des taux de chômage élevés, ou des données indiquant une propension des jeunes au suicide, qui témoignent concrètement de l'existence d'un problème. Toujours est-il, des exemples tirés de l'expérience américaine révèlent de faibles corrélations entre les indicateurs réels, l'agenda public et l'agenda médiatique²⁸. C'est-à-dire, la saillance médiatique d'un enjeu dépend peu de l'ampleur réelle du problème (selon les indicateurs réels) et dépend peu de l'agenda public (données de

²⁷ Held, D. (1987), *Models of Democracy*, Stanford: Stanford University Press.

²⁸ Ader, C. R. (1993), *A Longitudinal Study of Agenda-Setting for the Issues of Environmental Pollution*. Document présenté devant l'Association pour l'Éducation en Journalisme et Communication de Masse, Kansas City.

sondages d'opinion). Un média peut insister sur les problèmes de criminalité d'une ville, alors que les statistiques démontrent que la criminalité est en baisse, par exemple.

2.3.1 Le cycle d'attention

Anthony Downs propose en 1972 un modèle, basé sur une série d'études empiriques, pour décrire le cycle d'attention du public à l'endroit des différents enjeux (« *issue-attention cycle* »)²⁹. Ce modèle permet d'évaluer la saillance médiatique des enjeux, qui dépend en partie de l'intérêt du public. Premièrement, l'étape du pré-problème (« *pre-problem stage* »), lorsqu'un enjeu existe, selon des indicateurs réels, mais n'a pas encore capté l'attention des médias et donc du public. Deuxièmement, l'étape de la découverte alarmiste (« *alarmed discovery stage* ») au cours de laquelle un événement spectaculaire survient et suscite l'intérêt immédiat pour l'enjeu (tel l'implication d'une célébrité dans un incident relié au problème, ou un accident spectaculaire) accompagné de l'enthousiasme face à la capacité de la société de solutionner le problème en question. Ensuite, commence le déclin de l'intérêt public (« *decline of public interest stage* »), lorsqu'on réalise les coûts élevés reliés à la solution du problème, parallèlement au désintérêt du public, dû à la couverture médiatique excessive du problème. Finalement, l'enjeu se voit exclu de l'agenda public (« *post-problem stage* »), en dépit des coûteuses initiatives gouvernementales pour remédier au problème.

Ce modèle nuance donc l'influence de l'agenda médiatique sur l'agenda public, mais souligne aussi le peu d'intérêt du public quant aux solutions apportées aux problèmes soulevés par les médias. De manière plus générale, le modèle vient

²⁹ Downs, A. (1972). "Up and Down with Ecology: The Issue-Attention Cycle", *Public Interest*, 28, p. 38-50.

appuyer l'idée que les indicateurs réels d'un problème présentent peu d'impact sur l'agenda médiatique, qui dépend davantage de la perception du problème en question.

2.4 Le poids des médias dominants

Il faut également souligner l'influence considérable du quotidien *New York Times* dans l'élaboration de l'agenda médiatique du pays. En effet, les études effectuées mettent en évidence le rôle de ce média dominant dans la promotion de certains enjeux, notamment l'épidémie de SIDA aux Etats-Unis et la guerre contre la drogue menée durant les années 80 par l'administration Reagan³⁰. Dans le même ordre d'idées, Rogers et Chang rapportent la tendance des organisations médiatiques à coordonner leurs agendas, de façon à ce que les enjeux mis de l'avant par les médias dominants finissent par être partagés par l'ensemble³¹.

2.5 La relation entre les journalistes et leurs sources

2.5.1 Le poids des acteurs

Danielian³² procède à une revue de la littérature concernant la participation politique des groupes d'intérêt (dans le contexte américain) en relation avec les médias. On y explique le niveau de représentation des différents groupes dans les médias d'information, les raisons de l'accès limité et les effets d'un tel phénomène sur la participation politique. On y définit la dynamique politique des groupes

³⁰ Rogers, E. M., Dearing, J. W., & Chang, S. (1991), "AIDS in the 1980s: The Agenda-Setting Process for a Public Issue", *Journalism Monographs*, 126., p. 1-47.

³¹ Rogers, E. M. & Chang, S. (1991), "Media Coverage of Technology Issues : Ethiopian Drought of 1984, AIDS, Challenger and Chernobyl", in Wilkens & P. Patterson (Eds.), *Risky Business: Communicating Issues of Science, Risk and Public Policy*, New York: Greenwood, p. 75-96.

³² Danielian, L. (1992), "Interest Groups in the News", in Kennamer, D. (Ed.), *Public Opinion, The Press and Public Policy*, Westport, CT: Praeger, p. 63-79.

d'intérêt comme « une grande variété d'organisations qui visent des fins communes par l'action politique (...) avec des buts collectifs politiquement pertinents³³ ».

La théorie démocratique soutient que les individus devraient pouvoir bénéficier d'opportunités égales pour participer à la vie politique au sein des groupes d'intérêt organisés sur les enjeux de leur choix. Et l'idéal démocratique suggère aussi une représentation équilibrée des intérêts des différents groupes sur la scène publique, notamment dans les médias d'information. Toutefois, les inégalités entre les groupes (soit par le nombre de membres ou par le niveau de ressources financières ou politiques qu'ils détiennent), viennent compliquer la tâche des médias d'en assurer une représentation équitable.

2.5.2 Les stratégies et objectifs des groupes

Dans son analyse de l'État démocratique moderne, Schattschneider³⁴ soutient que la survie médiatique d'un enjeu dépend de sa capacité à se répandre dans la population. La taille de l'auditoire mobilisée autour d'un enjeu revêt une importance aussi grande que le poids des protagonistes directement impliqués dans l'enjeu en question. Ce déterminant définit ainsi l'ampleur du discours et accentue l'impact politique d'un enjeu. Dans cette optique, la meilleure stratégie pour un groupe d'intérêt consiste à exercer son influence directement sur les décideurs, lorsque possible, en contrôlant la propagation du problème dans l'opinion publique, gardant ainsi le processus de prise de décisions derrière des portes closes.

En raison d'un manque de ressources, certains groupes tentent alors de porter l'enjeu à l'attention des médias et ainsi activer l'opinion publique en faveur de leurs

³³ Traduction libre de "the wide variety of organizations that seek joint ends through political action (...) with collective goals that are politically relevant". Scholzman, K. & Tierney, J. T. (1986), *Organized Interests and American Democracy*. New York: Harper and Row, p. 10.

³⁴ Schattschneider, E. E. (1960), *The Semi-Sovereign People*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

revendications. Dans le même ordre d'idées, Edelman³⁵ soutient qu'en dépit d'une rhétorique de support et de sympathie de la part des autorités pour des intérêts peu influents (tels que les groupes de citoyens à la défense de causes sociales), les décisions politiques concernant la distribution de ressources limitées s'exercent de façon discrète en faveur d'intérêts plus influents et mieux organisés (tels que des groupes faisant la promotion d'intérêts corporatifs).

Ces affirmations s'appuient en partie sur les travaux de Scholzman et Tierney³⁶, qui révèlent, à l'aide d'entrevues, que 86% des groupes interrogés à Washington considèrent le contact avec les médias comme une technique d'influence politique. Toutefois, lorsqu'on distingue les réponses des groupes de citoyens et des groupes corporatifs, on constate que seulement 19% de ces derniers considèrent les journalistes comme d'importants canaux d'information et de consultation, contre 50%. De manière générale et en dépit de cette distinction, la représentation médiatique constitue une source importante d'influence politique pour les groupes, ce qui souligne le rôle central des médias dans le processus de prise de décisions.

L'accès aux médias dépend toutefois d'une série de facteurs et s'inscrit dans une dynamique particulière. On évoque notamment les techniques utilisées par les médias pour créer les nouvelles, ainsi que le niveau de ressources à l'égard des médias dont disposent les différents groupes d'intérêt. Une série d'études effectuées par Goldenberg³⁷ durant les années 1970 examine les conditions dans lesquelles les groupes essaient d'accéder à l'agenda médiatique. En évaluant les facteurs tels que les dirigeants des groupes, leurs audiences cibles et les situations particulières liées à l'enjeu qu'ils défendent, les recherches révèlent que plus les ressources d'un groupe sont grandes, plus sa capacité de « passer aux nouvelles » se voit accentuée.

³⁵ Edelman, M. (1964), *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois University Press.

³⁶ Scholzman, K. & Tierney, J. T. (1986), *op. cit.*

³⁷ Goldenberg, E. (1975), *Making the Papers: The Access of Resource-poor Groups to the Metropolitan Press*. Lexington, MA: Heath.

Toutefois, tel que révélé par les études mentionnées précédemment, les groupes disposant des plus grandes ressources (financières, en occurrence) sont aussi ceux qui parviennent le plus facilement à influencer les décideurs en contournant l'attention des médias.

Ces efforts de la part d'un groupe disposant de moins de ressources pour gagner l'attention médiatique s'exercent dans l'atteinte d'une série d'objectifs, tels que : établir l'identité du groupe, projeter des images spécifiques en rapport avec l'enjeu qu'il défend, véhiculer de l'information, identifier publiquement les cibles et les ennemis du groupe, bâtir de la crédibilité et amasser des ressources, telles que la visibilité, la légitimité morale et la réputation. Goldenberg découvre que la réussite de ces groupes dans l'obtention de l'attention médiatique s'exerce selon quatre conditions : l'objectif du groupe déroge de la norme sociale, l'enjeu défendu affecte un grand nombre de personnes, l'objectif du groupe représente une variation d'un thème déjà présent dans les médias et l'objectif du groupe est spécifique, mais non technique³⁸.

D'autres études, celles-ci effectuées par Shoemaker³⁹, examinent les effets de la couverture médiatique d'événements impliquant les groupes d'intérêt sur la perception que le public entretient à l'endroit de ces mêmes groupes. Ces travaux démontrent que les variations dans le traitement médiatique affectent le niveau de légitimité accordé aux groupes par le public. De l'analyse des facteurs découlent quatre dimensions de légitimité des groupes : l'évaluation, la légalité, la viabilité et la stabilité. L'auteur conclut, suite aux observations, que les groupes dont la couverture s'exerce de façon juste et sérieuse obtiennent de meilleurs pointages de la part des

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Shoemaker, P. J. (1982). « The Perceived Legitimacy of Deviant Political Groups », *Communication Research*, 9, p. 249-286.

répondants que les groupes présentés comme illégaux et non-viables (sur les dimensions de légitimité énumérées précédemment).

2.5.3 Le contrôle social des médias

En dépit du fait que les groupes aux positions socialement dissonantes obtiennent habituellement l'attention des médias (souvent, certes, par un traitement peu flatteur), les études ont démontré que les médias d'information tendaient, de manière générale, à exclure les sources et les enjeux qui dérogent du *statu quo* ou du discours politique dominant⁴⁰. Les contraintes économiques avec lesquelles les médias doivent composer peuvent justifier en partie ce phénomène. En effet, le caractère paradoxal de la presse en Occident oppose l'idéal démocratique d'un libre marché d'idées en vertu de la responsabilité sociale des médias, et la nécessité pour ces organisations d'adhérer aux valeurs commerciales dominantes qui permettent leur existence (i. e. contraintes publicitaires). Dans cette optique, Hall avance trois fonctions idéologiques clé des médias : la construction sélective de la connaissance sociale, la production constante d'un inventaire du pluralisme de la société, de façon à distinguer les positions légitimes des positions marginales, au lieu de se contenter d'informer le public, et la construction d'un consensus sur la légitimité des valeurs dominantes⁴¹. Ces affirmations s'apparentent à celles de Chomsky⁴² énoncées préalablement⁴³.

⁴⁰ Hall, S. (1979), "Culture, the Media and the Ideological Effect". In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass Communication and Society*. Beverly Hills, CA: Sage, p. 315-348.; Gitlin, T. (1980), *The Whole World is Watching : Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press; Tuchman, G. (1978), *Making News : A Study in the Construction of Reality*. New York : Free Press.

⁴¹ Hall, S. (1979), *loc. cit.*

⁴² Chomsky, N. (1988), *op. cit.*

⁴³ Cependant, Hall (1979), à la différence de Chomsky (1988), défend l'idée de résistance du sujet à la lecture dominante et victimisante de la communication médiatique.

2.5.4 L'influence des élus; les tentatives de manipulation

À première vue, la relation entre les journalistes et les acteurs gouvernementaux semble s'appuyer sur un rapport de force, soumis à une série de facteurs qui déterminent la capacité des acteurs impliqués à tirer leur épingle du jeu. Berkowitz⁴⁴ évoque ici deux groupes de facteurs : d'abord, les facteurs environnementaux, tels que les conflits, les crises et les désastres. Ensuite, on mentionne les facteurs structurels aux médias (« *newswork factors* »), qui réfèrent aux contraintes sociales et organisationnelles avec lesquelles doivent composer les journalistes, qui limitent la capacité des journalistes et des élus à contrôler l'ensemble du contenu médiatique. Parmi ces contraintes journalistiques figurent le nombre limité de sources d'information valables et les coûts élevés (argent et temps) associés au journalisme d'enquête.

L'auteur aborde ici les autorités politiques comme des sources d'information dont dépendent les journalistes. En effet, en raison de la professionnalisation communicationnelle des gouvernements (par l'utilisation de spécialistes de relations publiques, par exemple) et de leur volonté d'exprimer leur propre version des enjeux, les journalistes viennent à considérer les élus comme des sources d'information valables et peu coûteuses⁴⁵. Cette affirmation s'opérationnalise de différentes façons, telles que les études de cas (où on évalue la correspondance entre les communiqués de presse du gouvernement et le contenu médiatique sur un enjeu à un temps donné⁴⁶), et l'analyse de contenu (où on mesure la compétition entre les différentes sources en dénombrant les articles qui s'appuient sur les communiqués de presse du

⁴⁴ Berkowitz, D. (1992), "Who Sets the Media Agenda? The Ability of Policymakers to Determine News Decisions", in Kenamer, D. (Ed.), *op. cit.* p. 83.

⁴⁵ Dans le même ordre d'idées, ce phénomène peut aussi définir la capacité des élus à empêcher la médiatisation de certains enjeux, jugés embarrassants ou controversés.

⁴⁶ Gandy, O. H. jr. (1982), *Beyond Agenda-Setting: Information Subsidies and Public Policy*. Norwood, NJ: Ablex.

gouvernement⁴⁷). De telles études visent ainsi à analyser les taux de succès des sources gouvernementales à devenir du contenu médiatique en comparaison aux autres sources, ainsi que la proportion de nouvelles inspirées de sources (« *source-initiated stories* ») dans la totalité du contenu médiatique.

Turk⁴⁸ argumente pour sa part que la relation entre les journalistes et les élus se traduit principalement par une dépendance mutuelle; en effet, les journalistes dépendent dans une large mesure de l'information révélée par les gouvernements (par le biais de communiqués ou de conférences de presse, par exemple⁴⁹), tandis que les gouvernements dépendent des médias pour renforcer le support populaire à leurs initiatives législatives, apporter plus ou moins d'attention à certains enjeux, etc. Un journaliste qui entretient des relations cordiales avec un élu se trouve dans une position privilégiée dans l'exercice de son travail. Toutefois, dans la situation où un journaliste dresserait un portrait défavorable du gouvernement, celui-ci pourrait voir ses « privilèges informationnels » révoqués.

Cohen⁵⁰ évoque la « boucle de rétroaction⁵¹ » pour décrire la relation entre les médias et les élus (ou les relationnistes qui les représentent) selon cette logique de privilèges. Les élus utilisent les médias pour vendre, en quelque sorte, leurs projets de lois aux autres instances décisionnelles⁵² ou directement à la population. Par la suite, les autres instances décisionnelles interprètent le contenu médiatique comme représentatif de l'opinion publique. Les activités de relations publiques amènent de la couverture médiatique, qui est ensuite interprétée comme l'opinion publique.

⁴⁷ Turk, J. V. (1986). "Information Subsidies and Media Content: A Study of Public Relations Influence on the News", *Journalism Monographs*, 100.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ Cohen, B. C., (1973), *The Public's Impact on Foreign Policy*. Boston: Little, Brown.

⁵¹ Traduction libre de « *feedback loop* »

⁵² Par exemple, aux États-Unis, des membres de l'exécutif doivent « vendre » (c'est-à-dire persuader de la pertinence de) leur initiatives législatives au Congrès.

D'ailleurs, les théories d'*agenda-setting* tirées de l'expérience américaine, telle qu'examinées par Dearing et Rogers, rapportent l'influence considérable de la Maison Blanche sur l'agenda des organisations médiatiques⁵³. Les données tirées des études révèlent le succès relatif des gouvernements à transposer une partie de leur agenda sur l'agenda médiatique. Traditionnellement, 5 à 10% des communications de sources (telles que les groupes d'intérêt, les gouvernements, les corporations, etc.) se hissent à l'agenda médiatique⁵⁴. En ce qui concerne la proportion de nouvelles inspirées de sources (« *source-initiated stories* ») dans la totalité du contenu médiatique, les données obtenues révèlent que plus de la moitié de celui-ci répond à ce phénomène⁵⁵. Une bonne partie des sources se voient écartées par les organisations médiatiques⁵⁶, soit en raison de leur manque d'intérêt pour l'auditoire du média en question⁵⁷, soit en essayant d'obtenir de la publicité peu coûteuse⁵⁸. Les sources gouvernementales⁵⁹, au niveau de l'État, parviennent toutefois à gagner l'attention des médias environ une fois sur deux⁶⁰. Au niveau fédéral, environ 20% des sources

⁵³ Rogers, J. W. et Dearing, E. M. (1996), *op. cit.* p. 33.

⁵⁴ Baxter, B. L. (1981). "The News Release: An Idea whose Time has Gone?" *Public Relations Review*, 7, p. 27-31.; Kopenhaver, L. L. (1985). "Aligning Values of Practitioners and Journalists". *Public Relations Review*, 11, p. 34-42.; Morton, L. (1986). "How the Newspapers Choose the Releases they Use", *Public Relations Review*, 12, p. 22-27.

⁵⁵ Brown, J. D. & al. (1987). "Invisible Power: Newspaper News Sources and the Limits of Diversity", *Journalism Quarterly*, 64, p. 45-54.; Sigal, L., (1973), *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, MA, Heath; Soloski, J. (1989b). "Sources and Channels of Local News". *Journalism Quarterly*, 66, p. 864-870.

⁵⁶ Berkowitz, D. (1990a). "Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34, p. 55-68.

⁵⁷ Abott, E. A. & Brassfield, L. T. (1989). "Comparing Decisions on Releases by TV and Newspaper Gatekeepers". *Journalism Quarterly*, 66, p. 853-856.; Aronoff, C. (1975). "Credibility of Public Relations for Journalists", *Public Relations Review*, 1, p. 45-56.; Baxter, B. L. (1981). *loc. cit.*

⁵⁸ Berkowitz, D. & Adams, D. B. (1990). "Agenda-Building and Information Subsidy in Local Television News", *Journalism Quarterly*, 67, p. 723-731.

⁵⁹ Par le biais de « *public information officers* »; ces sources transmettent l'information par des communiqués, des conférences de presse, des rapports d'agences, des mémos, etc.

⁶⁰ Turk, J. V. (1986), *loc. cit.*

de la Maison Blanche font les manchettes⁶¹. Ces chiffres présentent donc un écart considérable avec les autres sources qui tentent de se hisser à l'agenda médiatique. Toutefois, ces données mettent en relief le rôle important des journalistes en tant que sentinelles (« *gatekeepers* ») du contenu médiatique⁶².

Il s'avère ainsi possible, à la lumière de ces explications, d'appréhender la relation journalistes - autorités en fonction d'une série de facteurs. On peut aussi percevoir l'influence considérable des élus sur l'agenda médiatique comparativement aux autres types de sources. Toutefois, la dynamique particulière de cette relation amène tout chercheur à faire preuve de rigueur et de nuance dans son analyse de la formation de l'agenda médiatique.

⁶¹ Turk, J. V. (août 1987), *Between President and Press : White House Public Information and its Influence on the News Media*. Document présenté à la rencontre annuelle de l'Association pour l'éducation en journalisme et communication de masse, San Antonio, TX.

⁶² Weaver, D. H. & Wilhoit, G. C. (1980), *News media coverage of U.S. senators in four Congresses, 1953-1974*, Lexington, Ky.: Association for Education in Journalism.

CHAPITRE III

LA FORMATION DE L'AGENDA POLITIQUE

L'agenda politique constitue la liste d'enjeux auxquels les autorités portent attention. Cette liste se dresse selon une hiérarchie particulière; les différents acteurs sur la scène politique tentent d'influencer cette hiérarchie, selon les moyens dont ils disposent. La difficulté première pour un enjeu réside toutefois non pas dans sa capacité à gravir l'agenda politique, mais bien d'y apparaître en premier lieu⁵. Des enjeux peuvent apparaître sur l'agenda politique en vertu d'engagements électoraux de la part d'un candidat avant son arrivée au pouvoir, ou par l'entremise d'évènements spectaculaires qui nécessitent l'intervention immédiate des autorités. Le rôle des médias dans cette optique peut s'effectuer d'une part en ramenant l'enjeu électoral sur son agenda, et d'autre part en renforçant le caractère spectaculaire de l'évènement déclencheur. La partie qui suit vise à expliquer la mise à l'agenda politique des enjeux, et l'influence des médias au sein de ce processus.

Le concept d'agenda politique se présente en deux sous-concepts : l'agenda symbolique et l'agenda d'action⁶. Le premier sous-concept relève des enjeux nécessitant l'action visible, mais non substantive de la part des élus⁷. Le second concerne les enjeux nécessitant un niveau d'action substantif, impliquant l'allocation de ressources. Autant des enjeux importants sur l'agenda symbolique peuvent souffrir

⁵ Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983), *op. cit.*; Hilgartner, S. & Bosk, C. L. (1988). "The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model", *American Journal of Sociology*, 94, p. 53-78.; Rogers, E. M., Dearing, J. W., & Chang, S. (1991), *loc. cit.*

⁶ Kingdon distingue, selon la même logique, l'agenda gouvernemental de l'agenda décisionnel, le premier recevant de l'attention de la part des autorités, et le second suscitant une action substantive. Kingdon, J. W. (1995), *Agendas, Alternatives and Public Policies* (2nd Edition), Michigan: Longman, p. 4.

⁷ Edelman, M., (1964), *op. cit.*

de très faibles allocations de ressources de la part des décideurs⁶⁶, autant des ressources accordées à certains enjeux figurant sur l'agenda d'action ne se voient pas accompagnées d'engagements symboliques.

Ce phénomène peut s'appuyer sur deux affirmations : les organisations détiennent des ressources limitées dans l'atteinte de leurs objectifs, et celles-ci souffrent d'incertitude quant à la façon de les distribuer⁶⁷. Les élus, dans un tel contexte, doivent évaluer les risques politiques associés à leurs actions, pour éviter d'entrer en conflit avec des composantes de leur électorat. Cette évaluation s'effectue en scrutant la réaction des différentes organisations ou institutions avec lesquelles ils interagissent, notamment les médias, les groupes d'intérêt, les partis d'opposition, les bureaucraties, les agences gouvernementales et à moindre échelle, les données de sondages d'opinion⁶⁸. Quoique l'importance de ces éléments puisse être nuancée par les caractéristiques personnelles du politicien, il en reste que la prise de décision constitue un processus organisationnel, au sein duquel les interactions entre les composantes en dictent largement le résultat final.

3.1 L'élaboration des politiques en quatre étapes

Kingdon propose une description des principaux mécanismes de formation de l'agenda politique aux Etats-Unis⁶⁹. Il définit l'élaboration des politiques comme une « série de procédés, incluant la mise à l'agenda d'un enjeu, la spécification des alternatives en réponse à cet enjeu, le choix autoritaire d'une des alternatives et la

⁶⁶ Cook, F. L. et al. (1983). "Media and Agenda Setting: Effects on the Public, Interest Group Leaders, Policymakers and Policy", *Public Opinion Quarterly*, 47, p. 16-35.; Protess, D. L. et al. (1985), "Uncovering Rape: The Watchdog Press and the Limits of Agenda-Setting", *Public Opinion Quarterly*, 49, p. 19-37.

⁶⁷ Stinchcombe, A. L. (1968), *Constructing Social Theories*, New York: Harcourt, Brace and World.

⁶⁸ Les sondages d'opinion prennent davantage de pertinence dans un contexte électoral

⁶⁹ Kingdon, J. W., (1995), *op. cit.*

mise en oeuvre de cette décision⁷⁰ ». Pal pour sa part résume la définition de politique publique de la façon suivante : « une série d'actions ou d'inactions que des autorités publiques choisissent d'adopter pour régler un problème ou un ensemble interrelié de problèmes »⁷¹.

3.2 La mise à l'agenda politique et la « fenêtre d'opportunité »

La mise à l'agenda d'un enjeu, soit la première étape du processus d'élaboration des politiques, s'effectue selon une logique particulière; Kingdon identifie trois courants indépendants qui, une fois reliés, permettent à un enjeu de gagner l'attention des autorités, ou d'ouvrir une « fenêtre d'opportunité » aux protagonistes d'un enjeu⁷².

Il y a d'abord le courant « problème », ou enjeu (réel ou exagéré, si on oppose l'opinion de ses protagonistes aux indicateurs réels), le courant « solution », soit une politique en réponse à ce problème, et le courant « contexte politique », qui affecte la réceptivité des autorités à l'enjeu en question. Ces trois courants évoluent indépendamment, dans la mesure où un problème peut exister (ex. : criminalité élevée), que les politiciens se montrent réceptifs au problème (ex. : en raison de leur position à l'endroit de la criminalité, en vertu d'engagements électoraux) mais qu'aucune solution valable et efficace n'existe (ex. : l'augmentation des corps policiers coûterait trop cher). L'enjeu risque alors de ne pas se hisser dans les priorités du gouvernement. Même phénomène si un problème existe (ex. : le sous-financement du système de santé), une solution existe déjà (ex. : l'idée d'imposer un tarif de 10\$ aux patients dans les hôpitaux), mais que le contexte politique ne le

⁷⁰ Traduction libre de "a set of processes, including at least the setting of the agenda, the specification of alternatives from which choice is to be made, an authoritative choice among those specified alternatives, as in a legislative vote or a presidential decision, and the implementation of the decision.", Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p. 3.

⁷¹ Pal, L. A. (1992), *Public Policy Analysis*, Scarborough : Nelson Canada, p. 2.

⁷² Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p. 166.

permette pas (ex. : le gouvernement en place se proclame défenseur du principe de la gratuité dans les services de santé, ou à l'inverse, les sondages d'opinion rapportent une surévaluation de l'efficacité du secteur privé). Les protagonistes d'un enjeu doivent donc tenter d'aligner les trois courants pour ouvrir une fenêtre d'opportunité⁷³.

3.3 Le « rôle » des médias : le processus d'élaboration des politiques et la construction de l'opinion publique

Dans sa revue de la scène médiatique canadienne et de sa relation avec le processus d'élaboration des politiques, Catherine Murray distingue quatre niveaux de rôles possibles pour les médias : l'information (ou reportage factuel), l'interrogation, l'investigation et l'interprétation des politiques⁷⁴. Ces niveaux de rôles constituent des déclinaisons opérationnelles du niveau « macro » du rôle des médias, telle que défini par Soroka⁷⁵, soit le rôle de sélection des aspects d'une politique (*framing*), d'incitation à l'action des autorités et de création d'un consensus populaire en faveur ou contre une politique. L'influence respective de chacun de ces rôles sur le processus d'élaboration des politiques varie grandement d'une situation à l'autre.

Le rôle d'information renvoie à la notion macro de *framing* et vise à informer les lecteurs sur différents aspects d'une politique. Le choix des aspects traités par le journaliste peut toutefois modifier la façon dont les lecteurs interprètent une politique. Le rôle d'interrogation s'inscrit dans l'approche classique du rôle des médias (sphère publique), soit de surveiller et de questionner l'action gouvernementale. Ce niveau de rôle vise à mettre à jour tout abus de pouvoir des autorités, et expose la position des différents intervenants interpellés par la politique

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ Murray, C. (2007), "The Media", in *Policy Analysis in Canada: The State of the Art*. Eds. L. Dobuzinskis, M. Howlett and D. Laycock Toronto: University of Toronto Press, p. 286-297.

⁷⁵ Soroka, S. N. (2002), *Agenda-setting Dynamics in Canada*. Vancouver: UBC Press.

en question. L'investigation consiste également à mettre à jour les lacunes dans la gestion publique, jouant le rôle macro d'inciter les autorités à l'action. Ce niveau de rôle nécessite une connaissance accrue du terrain et du contexte (social, historique) dans lequel s'énonce la politique. Le rôle d'interprétation assume des fonctions d'évaluation et d'avocat de l'action gouvernementale et renvoie à la création d'un consensus. Ce rôle s'appuie davantage sur les opinions des éditorialistes et chroniqueurs et repose sur une série de valeurs.

Les rôles d'interrogation et d'investigation des politiques, par leur fonction d'analyse et de mise en contexte, contribuent à susciter la réflexion et la formation d'opinions. À l'inverse, le rôle d'information n'expose qu'un angle d'un enjeu (*framing*), tandis que le rôle d'interprétation, en exposant le lecteur à des opinions préconçues, ne contribue qu'à renforcer les croyances initiales de ce dernier (création d'un consensus), ou provoquer de la dissonance cognitive réduisant son intérêt pour le média en question⁷⁶. Plus le contenu médiatique se rapproche du modèle de la sphère publique, plus les chances de succès d'une initiative législative impopulaire diminuent. Ces quatre niveaux de rôles permettent de mieux appréhender le contenu médiatique et ainsi d'évaluer l'influence respective de chacun.

3.4 L'opinion publique et la prise de décisions

Les entrevues réalisées par Herbst⁷⁷ dans le cadre de son étude permettent d'évaluer la conception usuelle de l'opinion publique chez les politiciens américains. Ces entrevues révèlent que ces derniers tiennent peu compte des données de sondages pour juger de l'importance d'un enjeu et se fient davantage sur la position des groupes d'intérêt. Les réponses soulignent aussi l'importance pour l'élu de tenir

⁷⁶ Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955), *op. cit.*

⁷⁷ Herbst, S. (1998), *op. cit.*

compte des différents groupes d'électeurs parmi ses supporters et de l'écart entre la volonté des groupes d'intérêt et celle des autres composantes de son électorat.

Dans le même ordre d'idées, les réponses des politiciens interrogés suggèrent une importance significative du contenu médiatique comme indicateur de l'opinion publique. La plupart des répondants considèrent les médias non pas comme un conduit de l'opinion publique, mais davantage comme l'opinion publique, et qui peut avoir un effet sur le succès d'initiatives législatives. Les élus perçoivent les journalistes comme près du public et en constante interaction avec ce dernier. Le contenu médiatique leur sert d'outil de façon quotidienne pour établir la saillance des principaux enjeux dans le public, comme le font les groupes d'intérêt. Cette notion s'appuie sur le modèle de « représentation attributive », proposé par Phillips Griffiths⁷⁸, qui se définit selon une approche clientéliste de la part des élus, davantage en réponse aux préoccupations des médias et groupes d'intérêt qu'à celles du public en général. Pour donner suite à cette idée, Fenno⁷⁹ avance à son tour le modèle des « cercles concentriques », selon lequel un politicien doit agir en tenant compte de l'opinion de différents « publics/électeurs », hiérarchiquement distribués. Aux limites du cercle se trouvent les électeurs au sens large, selon des critères géographiques, suivis par un groupe plus réduit de supporters fidèles, au sein duquel se trouvent d'autres supporters encore plus loyaux, pour se rendre jusqu'aux conseillers intimes.

L'ouvrage de Kennamer⁸⁰ et de ses contributeurs permet également d'aborder le processus d'élaboration des politiques en fonction du contenu médiatique, perçu comme le fruit des interactions avec les groupes sociaux⁸¹. Les préoccupations centrales de cette réflexion sont les suivantes : les différentes façons par lesquelles les

⁷⁸ Griffiths, A. P. (1969). "How Can One Person Represent Another?", in Pitkin, H. F. (Ed.), *Representation*, New York: Atherton Press.

⁷⁹ Fenno, R. F. (1978), *Homestyle : House Members in Their Districts*. Boston: Little, Brown and Co.

⁸⁰ Kennamer, D. (1992), *op. cit.*

⁸¹ Aussi variés peuvent-ils être; électeurs politiquement engagés, professionnels des relations publiques du gouvernement, sources des journalistes, groupes de pression organisés, etc.

données sur l'opinion publique se rendent jusqu'aux structures d'élaboration des politiques et affectent la prise de décision et les différentes façons par lesquelles l'opinion publique est prise en considération dans le choix des politiques. Le tout s'inscrit, d'une part, dans la théorie démocratique selon laquelle les politiques se doivent de refléter les préoccupations du public. La réflexion s'appuie d'autre part sur la perception de l'opinion publique des élus et des professionnels de l'information dans l'exercice de leurs fonctions respectives : celle-ci découle davantage des volontés de certains groupes sociaux, dominants en occurrence, censés l'incarner, que d'une réelle volonté populaire.

Kenamer souligne l'absence de relation directe entre l'opinion publique (données de sondages d'opinion) et les politiques gouvernementales dans les démocraties occidentales, tel que rapporté par Brooks⁸². De cette affirmation découle une série de postulats concernant l'opinion publique. Le premier suggère une méconnaissance et un manque d'attention du public à l'endroit des enjeux politiques du moment⁸³. Dans cette optique, l'opinion publique, à défaut de posséder une opinion marquée sur les politiques, se présente davantage comme un ensemble de limites largement définies à l'intérieur desquelles les élus peuvent exercer leur leadership, en interaction constante avec les groupes d'intérêt et les journalistes⁸⁴.

⁸² Brooks, J. E. (1985), "Democratic Frustration in the Anglo-American Politics : A Quantification of Inconsistency Between Mass Public Opinion and Public Policy", *Western Political Quarterly*, 38, p. 250-261.; Brooks, J. E. (1987), "The Opinion-Policy Nexus in France: Do Institutions and Ideology Make a Difference?" *Journal of Politics*, 49, p. 465-480.; Brooks, J. E. (1990), "The Opinion-Policy Nexus in Germany", *Public Opinion Quarterly*, 54, p. 508-529.

⁸³ Lippman, W. (1922), *Public Opinion*, New York : Macmillan.

⁸⁴ Key, V. O. jr. (1961), *Public Opinion and American Democracy*, New York : Knopf.

3.5 Le poids des acteurs

L'étude de Kingdon évoquée à la partie précédente identifie les principaux acteurs responsables du processus de mise à l'agenda d'un problème. L'auteur distingue les acteurs à l'intérieur du gouvernement de ceux à l'extérieur. Pour le premier groupe, le président et ses « *political appointees* »⁸⁵ semblent disposer de la plus grande influence sur la mise à l'agenda, suivis des membres du Congrès (assemblée législative)⁸⁶. La visibilité médiatique du Président, ses prérogatives légales (droit de veto, nominations discrétionnaires, etc.), et sa capacité d'aller chercher l'appui des membres de son parti à l'intérieur de l'appareil législatif constituent les principales ressources qui justifient une telle influence. En ce qui concerne le deuxième groupe, l'auteur souligne l'importance des lobbyistes dans la mise à l'agenda, suivis des universitaires et consultants, dont l'influence s'effectue plus à long terme, suivis ensuite par les médias, l'opinion publique et les engagements électoraux⁸⁷. Les groupes d'intérêt capables de mobiliser l'électorat, d'affecter l'économie et faisant preuve de cohésion bénéficient d'une plus grande influence sur l'agenda politique⁸⁸. Les pages qui suivent visent à clarifier davantage l'influence respective des différents acteurs et l'interaction entre ceux-ci dans le processus de mise à l'agenda des gouvernements.

Seule une partie du public, nommé public « attentif » ou « effectif »⁸⁹, bénéficie de connaissances et de ressources suffisantes pour capter l'attention des élus. Ces ressources, telles qu'identifiées par Kingdon, incluent la capacité de mobiliser les électeurs, le nombre de membres, la répartition géographique, le statut

⁸⁵ Les « *political appointees* » correspondent aux ministres et dirigeants d'organismes dans le modèle de Westminster

⁸⁶ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p. 42.

⁸⁷ *Ibid.* p. 68.

⁸⁸ *Ibid.* p. 67.

⁸⁹ Strouse, J. C. (1975), *The Mass Media, Public Opinion and Public Policy Analysis : Linkage Explorations*. Columbus, OH: Merrill, p. 29.

des membres, leur richesse financière et leur cohésion⁹⁰. Souvent organisé en groupes, ce type de public instaure une sorte de hiérarchie entre les différentes « opinions publiques », de sorte qu'on peut parler d'un « pluralisme biaisé »⁹¹. Brooks renchérit en parlant de « frustration démocratique », à savoir l'absence de lien entre l'opinion publique et l'élaboration des politiques, dans un « système politique à domination élitiste »⁹². Le vide causé par l'absence d'une véritable opinion publique – composée de citoyens informés et engagés, dont le vote témoigne de leur satisfaction à l'endroit des politiques, tel que postulé dans la théorie démocratique – se voit comblé par la voix des groupes de pression et des instances médiatiques.

Luttbeg avance le modèle du « réseautage politique des groupes de pression »⁹³, qui perçoit la société comme un ensemble dans lequel très peu d'individus détiennent une opinion qui ne correspond pas à celle défendue par un des différents groupes de pression déjà existants. Ces groupes peuvent soit persuader les individus du bien fondé de leur opinion, soit résumer une opinion qui existe déjà dans la population. Les opinions promulguées par ces groupes se traduisent alors davantage comme des propositions de législations. Le niveau d'action du gouvernement, dans de telles circonstances, devient alors le résultat de la compétition entre les propositions de chacun des groupes.

⁹⁰ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p 55-56.

⁹¹ “*Biased pluralism*”, Nachmias, D. & Henry, G. T. (1980), « The Utilization of Evaluation Research : Problems and Prospects », in D. Nachmias (Ed.), *The Practice of Policy Evaluation*, New York: St-Martin's Press, p. 472.

⁹² “*Elite-dominated political system*”, Brooks, J. E. (1985). *loc. cit.*, p. 251.

⁹³ “*Pressure groups political linkage*”, Luttbeg, N. R. (1974), “Political Linkage in a Large Society”, in N. R. Luttbeg (Ed.), *Public Opinion and Public Policy*, Homewood, IL: Dorsey Press, p. 1-10.

3.6 L'influence du contenu médiatique sur la prise de décision

À l'importance de ces groupes pour expliquer le niveau d'action des élus en réponse à telle ou telle « opinion publique », viennent s'ajouter les notions relatives au rôle des médias. L'analyse de la mise en oeuvre des politiques nécessite une réflexion approfondie sur l'impact de la communication médiatique. Cobb et Elder⁹⁴ évoquent trois façons permettant aux médias d'influencer le processus décisionnel. D'abord, en accordant de l'attention de façon sélective à certains enjeux, les médias dressent les priorités sur lesquelles les élus devront se pencher. Ensuite, les médias permettent aux élus de connaître la position et la réaction des principaux acteurs impliqués dans la promotion d'un enjeu ou directement interpellés par celui-ci. Finalement, les médias parviennent à filtrer la rétroaction du public sur la mise en oeuvre des politiques, c'est-à-dire en fixant le cadre utilisé pour présenter les groupes opposés à une politique, par exemple. Ce phénomène revêt une importance capitale dans l'acceptation publique et la mise en oeuvre des politiques.

3.6.1 L'effet d'accélération

Les travaux de Linsky⁹⁵ permettent d'observer le lien entre la couverture médiatique et le niveau d'action du gouvernement. L'auteur souligne l'effet d'accélération lors de l'élaboration des politiques en réaction à la couverture médiatique (surtout négative), mais aussi l'ascension du problème rapporté à des plus hautes instances bureaucratiques. Dans les cas étudiés par Linsky, on constate toutefois que l'influence des médias se manifeste davantage au niveau des circonstances entourant la mise en oeuvre des politiques que dans leur contenu. En d'autres mots, si les autorités s'affairent à élaborer une politique environnementale et

⁹⁴ Cobb, R. W. & Elder, C. D. (1981), "Communication and Public Policy", In D. Nimmo et K. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hills, CA: Sage, p. 391-416.

⁹⁵ Linsky, M. (1986), *Impact : How the Press Affects Federal Policymaking*. New York: Norton.

qu'au même moment, les médias rapportent des événements reliés à la détérioration de l'environnement, alors la politique risque d'être mise en oeuvre plus rapidement.

3.6.2 Les médias : la nouvelle assemblée citoyenne?

Pritchard dresse à son tour un inventaire des études effectuées dans le but d'exposer la relation entre les médias et le processus décisionnel dans un contexte démocratique. Sa démarche s'appuie notamment sur l'idée qu'à mesure que les sociétés se complexifient, la distance entre les citoyens et les gouvernements s'agrandit; les volontés de la population se canalisent de plus en plus difficilement par le biais des structures traditionnelles, telles que les partis politiques, ou à plus petite échelle, les assemblées citoyennes⁹⁶. La croissance des médias depuis la Seconde Guerre mondiale s'opère donc en réaction à ce vide démocratique, dans le but de combler l'écart entre électeurs et élus. Selon cette logique, qui s'appuie sur la théorie de la démocratie, les médias permettent ainsi aux citoyens de rendre les élus imputables des conséquences de leurs actions. En vertu du modèle classique, les médias informent les électeurs des enjeux publics du moment, et ces derniers influencent à leur tour la prise de décision en réponse à ces enjeux. L'influence de l'agenda médiatique sur l'agenda politique s'exercerait donc seulement de façon indirecte.

Pritchard s'interroge de prime abord sur l'acquittement réel de cette tâche par les médias et sur l'influence, dans la pratique, de l'agenda médiatique sur le niveau d'action des autorités. En effet, une part considérable d'évidence témoigne du lien direct entre ces deux instances. Une part de l'explication réside dans l'idée que les politiciens perçoivent le contenu médiatique comme un indicateur important de

⁹⁶ Pritchard, D. (1992), "The News Media and Public Policy Agendas", in Kennamer, D. (éd.), *op. cit.*, p. 104.

l'opinion publique⁹⁷. Les études à ce sujet démontrent toutefois une plus grande influence de l'agenda médiatique sur l'agenda politique symbolique, et moins sur l'agenda politique d'action⁹⁸.

3.6.3 Les activités en Chambre

L'impact du contenu médiatique sur les activités en Chambre, toujours selon les résultats des entrevues de Herbst, s'incarne principalement par sa capacité d'en fixer l'agenda. Les médias parviennent à établir l'environnement communicationnel (le cadre, l'angle et le langage du débat) dans lequel les enjeux sont abordés par les politiciens. Les répondants ne mentionnent pas nécessairement l'information sur l'opinion publique présente à même le contenu médiatique (données de sondages, courrier des lecteurs, etc.), mais bien le sentiment populaire véhiculé par le ton des journalistes⁹⁹. Tel qu'évoqué par Lippman en 1922, l'opinion publique est l'opinion journalistique¹⁰⁰, qui réaffirme la conception non-démocratique des médias partagée par bon nombre de chercheurs, à la lumière d'études effectuées durant les dernières décennies

Toujours est-il, les entretiens réalisés par Lambeth¹⁰¹ et Linsky¹⁰² auprès de membres de la branche exécutive fédérale révèlent une reconnaissance par ces derniers de l'influence du contenu médiatique sur la prise de décision. Cette tendance se manifeste dans une moindre mesure chez les membres de la branche législative

⁹⁷ Sigal, L. (1973), *Op. Cit.*; Entman, R. (1989), *Democracy without citizens : Media and the Decay of American Politics*, New York : Oxford University Press.

⁹⁸ Pritchard, D. & Berkowitz, D. (mai 1989), *The Influence of the Press and Public Opinion on Political Responses to Crime in nine American Cities from 1950 to 1980*, Document présenté à la réunion annuelle de l'Association internationale de communication, San Francisco, CA.

⁹⁹ Herbst, S. (1998), *op. cit.* p. 67.

¹⁰⁰ Traduction libre de « *public opinion is journalistic opinion* ». Lippman, W., (1922), *op. cit.*

¹⁰¹ Lambeth, E. B. (1978), "Perceived Influence of the Press on Energy Policy Making", *Journalism Quarterly*, 55, p. 11-18, 72.

¹⁰² Linsky, M. (1986), *op. cit.*

(Congrès). Plusieurs chercheurs parviennent également à mesurer les correspondances entre le contenu médiatique (agenda médiatique) et le contenu du discours de l'état de l'Union du Président Reagan (agenda politique symbolique)¹⁰³. Une autre étude démontre aussi une tendance de la part des agences de régulation américaines¹⁰⁴ de limiter les hausses de prix du pétrole lorsque la couverture médiatique sur ce secteur augmente¹⁰⁵.

3.6.4 Le processus judiciaire

Pritchard rapporte ici la tendance documentée des juges de la Cour Suprême des Etats-Unis à tenir compte de l'opinion publique dans l'acquittement de leurs fonctions¹⁰⁶. Ce phénomène, surprenant certes, peut s'expliquer selon l'idée que les juges, à défaut de subir l'influence d'un grand nombre d'acteurs, (groupes d'intérêt, parti d'opposition, etc.) doivent fonder leurs décisions sur une certaine légitimité populaire. Une autre étude, celle-ci s'attardant sur les procureurs du Wisconsin¹⁰⁷, démontre aussi la relation inversement proportionnelle entre la fréquence d'articles sur un procès et la propension du procureur à négocier un règlement avec l'avocat de l'accusé. Une étude semblable permet l'année suivante d'observer le même

¹⁰³ Gilberg, S. & al. (1980). "The State of the Union Address and the Press Agenda", *Journalism Quarterly*, 57, p. 584-588.

¹⁰⁴ Qui relèvent de la branche exécutive.

¹⁰⁵ Erfle, S., McMillan, H., & Grofman, B. (1990). "Regulation Via Threats: Politics, Media Coverage, and Oil Pricing Decisions", *Public Opinion Quarterly*, 54, p. 48-63.

¹⁰⁶ Par le biais d'entrevues semi-directifs. Peu de données existent sur les façons avec lesquelles les juges évaluent l'opinion publique. Gaziano, C. (1978). "Relationship Between Public Opinion and Supreme Court Decisions: Was Mr. Dooley Right?", *Communication Research*, 5, p. 131-149.; Kairys, D. (1982), "Freedom of Speech", in D. Kairys (Ed.), *The Politics of Law: A Progressive Critique*, New York: Pantheon Books, p. 140-171.; Marshall, T. R. (1989), *Public Opinion and the Supreme Court*, Boston: Unwin Hyman.; Gibson, J. L. (1980). "Environmental Constraints on the Behavior of Judges: A Representational Model of Judicial Decision-Making", *Law and Society Review*, 14, p. 343-370.

¹⁰⁷ Pritchard, D. (1986). "Homicide and Bargained Justice: The Agenda-Setting Effects of Crime News on Prosecutors", *Public Opinion Quarterly*, 50, p. 143-159.

phénomène¹⁰⁸. À l'inverse, une étude de Scheingold et Gressett¹⁰⁹ vient réaffirmer la prédominance de certains facteurs sur l'agenda politique, tels le leadership des autorités et le niveau de ressources à leur disposition, sur l'influence médiatique.

3.6.5 Les limites de l'influence

Les données sur l'influence du journalisme d'enquête sur l'agenda politique révèlent également un impact certain, mais nuancé par le contexte. En effet, lorsque l'enjeu soulevé par le journaliste concerne plusieurs agences gouvernementales, alors l'engagement de la part des autorités devient davantage symbolique que substantif¹¹⁰. À l'inverse, lorsque le problème soulevé concerne une seule agence, alors la réaction du gouvernement s'avère plus substantive¹¹¹. Ce phénomène semble s'expliquer selon l'idée que plus la responsabilité à l'égard d'un problème est diffuse, moins les acteurs s'affairent à apporter une solution¹¹². À l'inverse, si la responsabilité peut s'attribuer à une seule agence, alors une action immédiate et substantive de leur part saura limiter les conséquences politiques. C'est donc dans cette optique que l'on peut aborder l'influence de l'agenda médiatique sur l'agenda politique, à la lumière d'une série d'études sur le sujet, mais aussi en faisant preuve de rigueur quant aux limites d'un tel phénomène. La capacité du contenu médiatique d'influencer l'agenda politique semble se manifester non pas par l'introduction de nouveaux dossiers, mais bien par la modification de dossiers déjà à l'agenda.

¹⁰⁸ Pritchard, D., Dilts, J. P. & Berkowitz, D. (1987). "Prosecutors' use of External Agendas in Prosecuting Pornography Cases", *Journalism Quarterly*, 64, p. 392-398.

¹⁰⁹ Scheingold, S. A., & Gressett, L. A. (1987). "Policy, Politics and the Criminal Courts", *American Bar Foundation Research Journal*, p. 461-505.

¹¹⁰ Cook, F. L. & al. (1983). *loc. cit.*; Protess, D. L. & al. (1985). *loc. cit.*

¹¹¹ Leff, D. R., Protess, D. L., & Brooks, S.C. (1986). "Crusading Journalism: Changing Public Attitudes and Policy-Making Agendas", *Public Opinion Quarterly*, 50, p. 300-315.

¹¹² Pouvant ainsi être interprété chez le public comme un aveu à l'égard du problème.

Les recherches de Kingdon, évoquées en début de chapitre, tentent d'évaluer la capacité du contenu médiatique d'apporter un enjeu à l'agenda politique¹¹³. Contrairement à son intuition de départ, Kingdon découvre le peu d'importance accordé aux médias par les répondants lors du choix des enjeux nécessitant l'attention des autorités. Les résultats de l'enquête révèlent que seulement 26% des politiciens considèrent les médias de masse comme des agents importants de mise à l'agenda (contre 84% pour les groupes d'intérêt)¹¹⁴.

Toutefois, on peut questionner ces résultats pour trois raisons : d'une part, les données ont été obtenues par le biais d'entrevues semi-directifs auprès de politiciens de haut niveau, pour la plupart non-élus. D'abord, la sensibilité de ces répondants à l'endroit des courants dans la société civile (personnifiée par les médias de masse) se voit amoindrie de par la nature de leur nomination. On peut aussi concevoir la difficulté pour des politiciens expérimentés, au service du bien commun, d'avouer leur vulnérabilité à l'endroit du contenu médiatique. La troisième raison permettant de douter de ces chiffres relève de l'époque au cours de laquelle fut effectuée l'étude en question, soit entre 1976 et 1979. En effet, la taille et la concentration des organisations médiatiques augmentent considérablement depuis ces années, ce qui s'accompagne forcément de plus grandes ressources financières, d'une plus grande homogénéité du contenu, d'un plus grand nombre d'auditeurs et par conséquent, d'une plus grande influence sur l'agenda politique¹¹⁵. D'ailleurs, les recherches évoquées précédemment, effectuées durant les années 1980 et 1990, soulignent l'influence palpable des organisations médiatiques sur le processus de prise de décision. L'évolution des médias au cours des dernières années nécessite donc une réévaluation de leur influence sur l'agenda politique, justifiant ainsi ce mémoire.

¹¹³ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p. 57.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 57.

¹¹⁵ Voir à ce sujet Thrift, S. (2003). "Who Controls Canada's Media?", *Canadian Journal of Communication*, Vol. 28, p. 227-235.

CHAPITRE IV

DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Les études évoquées jusqu'à présent permettent d'appréhender la relation entre les médias et les instances décisionnelles dans un contexte démocratique. La prochaine étape du travail consiste à examiner le travail effectué par la presse écrite québécoise au moment de la mise en oeuvre de deux politiques du gouvernement Charest, soit celle des subventions aux écoles juives (2005) et celle de la privatisation partielle du Mont-Orford (2006). Cette démarche permet de déterminer la relation entre les agendas médiatique et politique, à partir de cas de l'actualité récente, et la concordance avec la théorie observée jusqu'à présent.

La partie qui suit dresse l'inventaire des méthodes et indicateurs qui seront utilisés pour répondre aux questions de recherche. La construction de cette grille théorique permet ainsi d'identifier des éléments quantifiables pour appuyer les hypothèses de recherche, également énoncées dans cette partie du travail.

4.1 Problématique

En raison de la capacité limitée des médias à apporter un nouvel enjeu à l'attention des décideurs, telle qu'observée dans le chapitre précédent⁸, la problématique du travail se penche principalement sur le rôle du contenu médiatique à l'étape de la mise en oeuvre des politiques (soit la quatrième étape du processus d'élaboration des politiques⁹). Cette étape se situe entre l'annonce d'un projet de loi

⁸ S'inscrivant dans une dynamique plus complexe, soumise à une série de facteurs plus significatifs. Scheingold, S. A., & Gressett, L. A. (1987). *loc. cit.*; Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*, p. 166.; Cobb, R. W. & Elder, C. D. (1981). *loc. cit.*

⁹ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.* p. 3.

et son adoption finale en assemblée législative (ou le retrait du gouvernement, le cas échéant).

Le rôle du contenu médiatique s'observe plus clairement à cette étape, telle que démontré notamment par Masse-Jolicoeur¹¹⁸, lors de son analyse de la réforme de l'appareil administratif Belge entre 2000 et 2004. Ce rôle se manifeste à cette étape principalement par un dénigrement quasi-systématique de la réforme en question, menant ultimement à son échec¹¹⁹. La problématique du travail s'inscrit donc dans une perspective théorique semblable.

L'importance accordée au rôle du contenu médiatique au moment de la mise en oeuvre des politiques s'appuie en majeure partie sur les théories énoncées au chapitre précédent. En effet, les études mentionnées révèlent le peu d'influence de l'opinion publique¹²⁰ et des indicateurs réels d'un enjeu¹²¹ sur la prise de décision. D'autres études révèlent également l'influence inégale des groupes d'intérêt sur l'agenda gouvernemental selon les ressources dont ils disposent¹²². En effet, on observe la capacité de certains groupes de porter des enjeux directement à l'agenda politique, sans devoir gagner l'appui du public par l'entremise des médias. Dans le même ordre d'idées, on a pu observer la stratégie de rechange des groupes moins nantis d'influencer le contenu médiatique pour gagner l'attention des élus¹²³ et l'efficacité relative de cette technique pour modifier ou nuire à la mise en oeuvre des politiques¹²⁴.

¹¹⁸ Masse-Jolicoeur, M. (2005). « Le destin du plan Copernic : étude sur le rôle des médias francophones dans la mise en place d'une réforme administrative en Belgique », Mémoire, Montréal, Université du Québec à Montréal.

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 147.

¹²⁰ Herbst, S. (1998), *op. cit.*; Brooks, J. E., (1985), *loc. cit.*

¹²¹ Ader, C. R. (1993), *loc. cit.*

¹²² Strouse, J. C. (1975), *op. cit.*, p. 29.

¹²³ Goldenberg, E. (1975), *op. cit.*

¹²⁴ Cobb, R. W. & Elder, C. D. (1981). *loc. cit.*

À défaut de pouvoir introduire de nouveaux enjeux à l'agenda politique, le rôle des médias en regard à la formation de l'opinion publique prend toute son importance au moment de la mise en oeuvre; ce rôle correspond aux quatre niveaux énoncés au chapitre III, selon la classification de Murray¹²⁵. La mise en oeuvre d'une politique peut ainsi s'effectuer plus facilement avec l'appui des médias dominants, qui contribuent à limiter les coûts politiques associés à une décision impopulaire du gouvernement.

4.1.1 Rappel des questions de recherche

1. Quel est le rôle de la presse écrite au moment de la mise en oeuvre des politiques de subvention aux écoles privées juives et de privatisation partielle du Mont-Orford?
2. Quel est l'appui de la presse écrite à l'endroit de ces politiques?

4.2 Hypothèses

En proposant des réponses aux questions de recherche, les énoncés suivants fournissent un fil conducteur aux parties subséquentes de l'analyse :

1. Rôle : *La presse écrite, en regard à la formation de l'opinion publique, joue une variété de rôles distincts dans le cycle des politiques, à l'aide d'instruments spécialisés.*
 - On suppose que la presse écrite joue davantage des rôles d'interrogation et d'investigation dans le cas de la politique de subventions aux écoles juives.

¹²⁵ Murray, C. (2007), *loc. cit.*

- À l'inverse, on suppose que la presse écrite joue des rôles d'information et d'interprétation de la politique du Mont-Orford¹²⁶.

Ces notions renvoient aux niveaux de rôle de Murray¹²⁷, mentionnés préalablement, et s'effectuent avec différents types d'articles (Tableau 1). Ceci peut ainsi expliquer en partie l'échec du dossier des écoles juives et à l'inverse, l'adoption du projet de Loi 23 sur le Parc du Mont-Orford.

Tableau 1 : Le « rôle » des médias

Niveaux de rôles dans l'élaboration des politiques (Murray, 2007)	Types de contenu journalistique (Raboy, 1992)	Fonctions "macro" des médias (Soroka, 2002)	Modèle des médias correspondant (Gingras, 2006; Blumler & Gurevitch, 1995, Chomsky, 1988)
1. Information (« <i>factual reportage</i> »)	Nouvelle	Sélection d'aspects spécifiques d'un enjeu (« framing »)	Appareil idéologique : Présente une image consensuelle du monde, favorable aux élites et correspondant à l'idéologie dominante
2. Interprétation	Éditorial / Chronique d'opinion / Commentaire / Courrier des lecteurs	Création d'un consensus	
3. Investigation	Enquête / Chronique spécialisée	Incitation à l'action des autorités	Sphère publique : Instaure des mécanismes de redevance des élus envers les citoyens, dans le but d'encourager la participation politique des électeurs
4. Interrogation	Reportage / Analyse		

¹²⁶ Le choix du terme « rôle » s'explique par la difficulté de mesurer l'influence réelle du contenu médiatique sur la prise de décision politique. À défaut de pouvoir procéder ainsi, le rôle des médias en tant qu'acteur consiste à appuyer ou désapprouver les différentes visées du gouvernement et mobiliser l'opinion publique dans la même direction. L'utilisation du terme « rôle » fait donc abstraction de l'influence réelle du contenu médiatique mais s'appuie davantage sur une volonté formelle ou non d'influencer la mise en oeuvre des politiques à l'étude.

¹²⁷ Murray, C. (2007), *loc. cit.*

2. Appui : *Puisque les élus abordent le contenu médiatique comme un indicateur de l'opinion publique*¹²⁸, alors un discours positif peut faciliter la mise en oeuvre d'une politique, en appuyant l'action gouvernementale, limitant ainsi les conséquences politiques. La modèle des « *uses and gratifications* »¹²⁹, évoqué précédemment, suggère un reflet des opinions des lecteurs au sein du contenu médiatique.

- Le faible appui dans les sondages d'opinion à l'égard des deux projets (82 et 89% contre¹³⁰) laisse donc présager un discours médiatique essentiellement négatif.
- On suppose néanmoins un discours négatif plus prononcé à l'endroit du dossier des écoles juives, en raison de l'absence de débat public aux premières étapes de l'élaboration de la politique.

4.3 Méthodologie pour la collecte de données

La validation des hypothèses s'effectue par le biais d'analyse de contenu des principaux médias écrits du Québec. L'utilisation de la base de données *Biblio Branchée* permet de trouver tous les articles francophones portant sur les dossiers à l'étude. Le contenu du quotidien anglophone de l'échantillon, *The Gazette*, est disponible par l'entremise de la banque de données *Canadian NewsStand*. Cette analyse comprend les quotidiens *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Droit*, *Le Soleil* et *The Gazette*.

¹²⁸ Herbst, S. (1998), *op. cit.*

¹²⁹ Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955), *op. cit.*

¹³⁰ Sondage CROP – *La Presse*, cité dans Beauchemin, Malorie, « Une bataille qui ne fait que commencer », *La Presse* (Montréal), 4 mai 2006, p. A2.; Sondage Léger-marketing, cité dans Cauchy, Clairandree., & Chouinard, Tommy., « Charest recule », *Le Devoir* (Montréal), 20 janvier 2005, p. A1.

4.3.1 Délimitation de la période à l'étude

La période à l'étude correspond à l'étape de la mise en oeuvre des politiques en question. Dans le cas des écoles juives, celle-ci débute le 13 janvier 2005, au moment où le quotidien *Le Devoir* apprend les implications financières du projet¹³¹, et se termine le 20 janvier, le jour suivant l'annonce du retrait du dossier. Dans le cas du Mont-Orford, cette étape débute le 28 février 2006, au lendemain du départ du ministre du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs, M. Thomas Mulcair, qui s'oppose à la modification des limites du parc suite au rapport du BAPE. Ce départ témoigne de la décision du Premier ministre en faveur de l'option controversée. La période à l'étude se termine en date du 13 juin 2006, soit le lendemain de l'adoption du projet de Loi 23 qui autorise la vente des terres protégées. Dans les deux cas, en réponse à un problème¹³², le gouvernement choisit une des alternatives de politique qui s'offre à lui (projet immobilier pour Orford, nouveau statut aux écoles juives), pour ensuite officialiser cette décision par une modification à la loi (Orford) ou d'un règlement permettant de négocier une entente (écoles juives). Cette étape correspond donc à celle de la mise en oeuvre telle que précisée par Kingdon¹³³.

4.3.2 Indicateurs de validation des hypothèses

Les articles de journaux à l'analyse doivent contenir certains mots-clés. Pour le dossier des subventions, on retient les articles contenant les mots « juif » et « juive » pour la période à l'étude. Pour le dossier du parc national, on recherche le mot « Orford ». La première étape de collecte de données consiste à éliminer tout

¹³¹ Cauchy, Clairandree. « Québec financera à 100% les écoles privées juives ». *Le Devoir* (Montréal), 13 janvier 2005, p. A1.

¹³² Dont l'importance se voit remise en question par nombreux intervenants; dans le dossier des écoles juives, la socialisation et l'intégration de la communauté juive à la société québécoise, dans le dossier du Mont-Orford, les problèmes de rentabilité de la partie sous bail du parc.

¹³³ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*

article contenant un des mots-clés mais ne traitant d'aucune façon des politiques à l'étude.

La validation de la première hypothèse (rôle) s'effectue en deux étapes. Une fois les articles pertinents regroupés, on s'affaire à déterminer le type d'article, parmi les options suivantes : nouvelle, reportage, analyse, chronique spécialisée, éditorial, chronique d'opinion, commentaire et courrier des lecteurs. Cette catégorisation s'appuie sur les critères énoncés préalablement dans le document¹³⁴. La fréquence de ces types de contenus ne se calcule non pas par le nombre d'articles publiés, mais bien par le nombre de mots, qui constitue un meilleur indicateur de l'espace rédactionnel réservé à la couverture des différents enjeux. On regroupe ensuite les articles de l'échantillon en fonction des rôles assumés (information, interprétation, interrogation et investigation).

La validation de la seconde hypothèse (appui) s'effectue de la façon suivante : Le style rédactionnel d'un article de journal offre plusieurs indices permettant de déceler un ton favorable ou défavorable à l'égard d'un enjeu¹³⁵. Notamment : un titre évocateur, une hiérarchie physique dans l'ordre et l'espace accordés aux différents acteurs interpellés par la politique¹³⁶, un accent plus marqué sur les avantages de la politique que sur les inconvénients, etc. Un ton positif signifie que l'article semble appuyer le projet en question, tandis qu'un ton négatif s'oppose au projet ou tente de suggérer des modifications. D'autres articles, jugés neutres, ne font que relater des faits, sans jugement particulier. Ceux-ci contribuent toutefois à réaffirmer la saillance des dossiers dans l'espace public.

¹³⁴ Selon les définitions des différents types de contenu médiatique de Raboy, M., (1992), *op. cit.*

¹³⁵ Dans ce cas-ci, d'une politique gouvernementale.

¹³⁶ Par exemple, exposer seulement la position des promoteurs d'une politique et omettre de contrebalancer celle-ci par la position des opposants.

En dépit de la rigueur analytique investie dans cette étape de la collecte de données, il importe de préciser que cette classification repose largement sur la subjectivité du chercheur. Comme il s'avère impossible de faire abstraction des valeurs inhérentes à chacun dans l'interprétation des phénomènes sociaux, la lecture des résultats doit tenir compte de cette mise en garde qui, somme toute, jette les bases pour une compréhension éclairée et lucide de la recherche.

4.4 Le discours médiatique : la presse écrite

4.4.1 Les différents rôles

L'acquittement des différents rôles de la presse écrite s'effectue par la publication de différents types d'articles¹³⁷.

- Le **rôle d'information** s'effectue par la nouvelle : un type d'article court (environ 200 mots), sans véritable touche personnelle, qui ne fait que relater des faits, sans exposer la position des différents intervenants.
- Ensuite, le reportage et l'analyse assument le **rôle d'interrogation** des politiques; Dans le reportage, en plus de rapporter les événements de façon objective comme le fait la nouvelle, le journaliste s'affaire à questionner les différents intervenants, à relater des événements semblables du passé, à énoncer quelques conclusions, etc. L'analyse consiste à étudier en profondeur un fait d'actualité, en lui dédiant une partie importante de l'espace rédactionnel. Ce type de contenu journalistique porte habituellement un titre tel « dossier », ou « grand reportage », et se compose de reportages, de résultats de sondages, de nouvelles et de chroniques spécialisées.

¹³⁷ Raboy, M. (1992), *Les médias québécois : presse, radio, télévision, câblodistribution*, Boucherville: Gaëtan Morin éditeur, p. 174-189.

- **Le rôle d'investigation** des politiques s'effectue par le biais d'enquêtes¹³⁸ ainsi que par la publication de chroniques spécialisées. Ce type d'article se spécialise dans un domaine de l'actualité et s'affaire à vulgariser l'information, à replacer les événements dans leur contexte, à évoquer des éléments nouveaux, dans le but de susciter la réflexion¹³⁹. À la différence du reportage, ce type d'article ne traite pas nécessairement de l'actualité récente, et analyse plus en profondeur les événements, tout en conservant une grande part d'objectivité.
- **Le rôle d'interprétation** des politiques s'effectue avec les types d'articles suivants : l'éditorial, la chronique d'opinion, le commentaire et le courrier des lecteurs. L'éditorial, tout en analysant un fait d'actualité comme le fait la chronique spécialisée, pousse la réflexion vers une prise de position. Sa rédaction se voit assurée par un éditorialiste, dont les opinions sont endossées par la direction du journal. La chronique d'opinion se limite à exposer la position du journaliste, habituellement non spécialisé dans le domaine de l'actualité, et ne comporte pas le caractère incitatif de l'éditorial. La position du chroniqueur d'opinion ne reflète pas nécessairement celle des propriétaires du journal. Le commentaire se rapproche de l'éditorial, à la différence que son auteur n'est pas employé du journal. L'auteur du commentaire parle toutefois au nom d'une institution ou d'une profession. La sélection des opinions des auteurs s'appuie sur les mêmes critères. Finalement, la publication du courrier des lecteurs contribue à l'interprétation des politiques, en dépit du fait que leur rédaction ne revient pas au personnel du journal. En effet, les opinions sélectionnées par le journal contribuent à refléter le pouls de l'opinion

¹³⁸ Par exemple, un journaliste teste la sécurité d'accès des barrages hydroélectriques, pour mettre à jour les lacunes dans la gestion publique.

¹³⁹ La notion d'investigation implique la recherche d'événements passés ou d'informations pertinentes à la compréhension d'un enjeu. Ce type d'article prend le relais du reportage pour pousser l'analyse de l'information à un autre niveau.

publique à l'endroit des enjeux, ou appuyer les opinions déjà endossées par le lectorat ou par le journal¹⁴⁰.

4.4.2 Présentation des quotidiens à l'étude

- *La Presse* : Ce quotidien, fondé en 1884 à Montréal par William-Edmond Blumhart, constitue un chef de file dans l'univers médiatique québécois. Avec un tirage quotidien de plus de 205 000 copies¹⁴¹, *La Presse* rejoint un auditoire principalement composé de québécois francophones répartis dans l'ensemble du Québec mais principalement à Montréal et dans ses couronnes nord et sud¹⁴². Le quotidien appartient au conglomerat *Gesca*.
- *Le Devoir* : Fondé en 1908 par Henri Bourassa sous le nom *La Publicité Limitée*, ce quotidien se veut un journal d'idées, d'opinions et de combat indépendant. D'ailleurs, *Le Devoir* demeure le seul journal indépendant de langue française du Canada. Toutefois, les difficultés financières de 1993 obligent la création d'une nouvelle filiale éditrice *Le Devoir inc.* pour en assurer la survie¹⁴³. Le tirage quotidien du *Devoir* s'évalue à plus de 25 000 copies¹⁴⁴, principalement dans la région de Montréal.
- *Le Droit* : La création de ce quotidien date de 1913. Le journal dessert la communauté francophone d'Ottawa, de l'est de l'Ontario ainsi que la région

¹⁴⁰ En fait, la sélection du courrier des lecteurs se situe à mi-chemin entre deux approches, soit l'influence de l'idéologie dominante et l'influence des attentes du public, pour éviter la dissonance cognitive qui pourrait amoindrir l'intérêt des lecteurs à l'endroit du journal.

¹⁴¹ Canadian Media Director's Council. (2005), *Media Digest 04/05*. Toronto (ON): Marketing Magazine, p. 33.

¹⁴² The Canadian Encyclopedia (En ligne)

<http://www.thecanadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=A1ARTA0006466>

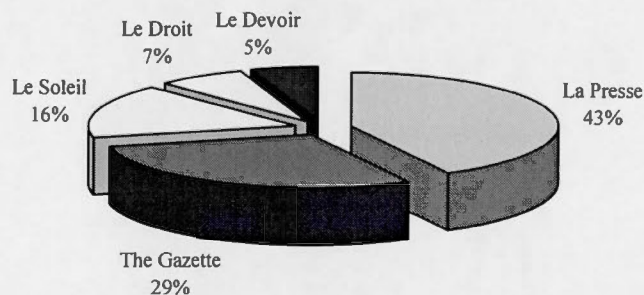
¹⁴³ Paré, Gilles. « Le Devoir et ses directeurs » (En ligne) <http://www.ledevoir.com/histoire.html>

¹⁴⁴ Canadian Media Director's Council, (2005), *op. cit.*

de l'Outaouais¹⁴⁵. Transformé en tabloïd en 1987, ce journal rejoint quotidiennement plus de 34 000 lecteurs¹⁴⁶. *Le Droit* appartient également à *Power Corporation* par le biais de sa filiale *Gesca*.

- *Le Soleil* : Également propriété du groupe *Gesca*, le quotidien *Le Soleil* voit le jour en 1896. Considéré comme la vitrine du Parti libéral du Canada jusqu'en 1957, le journal dessert principalement la ville de Québec et ses environs¹⁴⁷. Son tirage quotidien est évalué à plus de 79 000¹⁴⁸.
- *The Gazette* : Fondé en 1778 par Fleury Mesplet, ce quotidien, francophone à l'origine, devient en 1822 le principal journal anglophone de Montréal. Le quotidien se joint au groupe *Southam* en 1968, devient ensuite propriété du groupe *Hollinger* en 1996 pour finalement passer aux mains de *Canwest Global* en 2000. On estime que 75% des membres de la communauté anglophone de Montréal consultent le journal au moins une fois par semaine¹⁴⁹. Son tirage quotidien s'élève à plus de 140 000 copies¹⁵⁰.

Figure 1 : Tirage des quotidiens de l'échantillon (Source: Canadian Media Director's council, 2005)



¹⁴⁵ Encyclopédie Wikipedia (En ligne) <http://fr.wikipedia.org/wiki/LeDroit>

¹⁴⁶ Canadian Media Director's Council. (2005), *op. cit.*

¹⁴⁷ Encyclopédie Wikipedia (En ligne) [http://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Soleil_\(Qu%C3%A9bec\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Soleil_(Qu%C3%A9bec))

¹⁴⁸ Canadian Media Director's Council. (2005), *op. cit.*

¹⁴⁹ *The Gazette*, « About us », (en ligne), au <http://www.canada.com/montrealgazette/info/aboutus.html>

¹⁵⁰ Canadian Media Director's Council. (2005), *op. cit.*

Quoique ces journaux ne rejoignent qu'une partie du lectorat québécois, ceux-ci dressent tout de même un portrait significatif de la scène médiatique provinciale. En effet, les cinq publications totalisent 484 000 exemplaires par jour, dont 72% revient à *La Presse* et *The Gazette* (Figure 1).

4.4.2.1 Système de pondération des données

En raison de la taille inégale du lectorat de chacun des quotidiens à l'étude, les données recueillies sont pondérées selon leur tirage. Ceci signifie que les articles parus dans *La Presse* occupent une place plus importante dans l'échantillon que ceux parus dans *Le Droit*, par exemple. Ce système de pondération s'appuie sur l'idée que plus le tirage d'un quotidien augmente, plus sa capacité d'influencer l'opinion publique s'accroît. La pondération des résultats dans le travail permet donc de tenir compte de la taille des auditoires respectifs des différents quotidiens.

4.5 Description du contexte

4.5.1 Le gouvernement Charest

Porté au pouvoir en avril 2003, le gouvernement majoritaire du Parti libéral du Québec et son chef Jean Charest accueillent les résultats de l'élection comme un mandat populaire en faveur de changements dans l'appareil administratif québécois. Après deux mandats du Parti québécois et sa plateforme sociale démocrate entre 1994 et 2003, l'arrivée au pouvoir du Parti libéral s'accompagne notamment d'une volonté de la part du gouvernement d'alléger le fardeau fiscal des contribuables. Plus de la moitié des engagements du PLQ concernent les secteurs de la santé et de l'éducation (53%), tandis que les secteurs de l'économie-finances publiques et de l'État-institutions publiques figurent aux troisième et quatrième rangs, avec 16,7% et 15,6%

respectivement de l'ensemble de la plateforme électorale¹⁵¹. Le Parti libéral adopte une position favorable à la présence du Québec au sein de la fédération canadienne.

4.5.2 Le dossier des subventions aux écoles juives

En décembre 2004, le ministre de l'éducation Pierre Reid annonce l'octroi aux institutions d'enseignement privées juives du Québec le statut « d'écoles associées ». Ces écoles, au nombre de 15, accueillent près de 7 000 élèves, principalement dans la région de Montréal. En vertu de ce nouveau statut, les écoles juives bénéficient dorénavant d'un financement à la hauteur de 100% du montant accordé par élève dans le réseau public (5200\$)¹⁵². Cette mesure engendre des dépenses de 10 millions de dollars, une fois pleinement implantée. De manière générale, les écoles privées bénéficient de 60% du financement, les parents devant assumer les frais supplémentaires. Les écoles concernées peuvent ainsi signer une entente avec la commission scolaire de façon à mettre le nouveau statut en marche, sans toutefois devoir renoncer à leur enseignement religieux et aux frais de scolarité. Jusqu'à présent, seulement trois écoles grecques et une école anglophone pour enfants lourdement handicapés de Montréal bénéficient d'un tel statut¹⁵³.

Le gouvernement affirme que cette mesure vise à favoriser la socialisation et les échanges culturels entre communautés. L'incendie criminel de la bibliothèque juive Talmud Torah en avril 2004 contribue également à justifier cette politique. Ce financement pourrait également être attribué aux demandes répétées de l'Association des écoles juives et la Fédération de l'appel juif unifié (FCJA) au début des années

¹⁵¹ Pétry, F. & Collette, B. (décembre 2005). *Les engagements et leur réalisation. Survol quantitatif*, Acte de colloque, présenté devant l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), Montréal, p. 3.

¹⁵² Cauchy, Clairandree, *loc. cit.*

¹⁵³ *Ibid.*

1990. D'ailleurs, cette mesure donne suite à une promesse électorale du Parti libéral en 1994¹⁵³.

L'annonce initiale du nouveau statut a lieu le 8 décembre 2004 dans le cadre d'une cérémonie privée célébrant la réouverture de la bibliothèque incendiée. La nouvelle passe toutefois inaperçue en raison de l'absence de médias de masse à l'évènement. Ce n'est qu'en date du 13 janvier 2005 que le quotidien *Le Devoir* publie un article expliquant les implications financières du nouveau statut. Ce reportage soulève une grande vague de protestation. Dans la foulée de cette opposition, la Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys refuse d'adhérer au nouveau statut et de renouveler l'entente d'association avec les écoles privées juives. Le 19 janvier 2005, le gouvernement Charest annonce qu'il se retire du dossier, en évoquant la « faible adhésion de la population au projet¹⁵⁴ ». En effet, un sondage Léger-marketing réalisé durant les jours ayant suivi la publication de l'article du *Devoir* révèle que 89 % des Québécois sont en désaccord avec la décision du gouvernement Charest¹⁵⁵.

4.5.3 Le dossier du parc national du Mont-Orford

Le gouvernement du Québec permet historiquement l'exploitation, sous bail de 50 ans, d'une station de ski et d'un terrain de golf à l'intérieur des limites du parc national du Mont-Orford, situé dans les Cantons-de-l'Est. Le parc, instauré en 1938, aménage l'année suivante la station de ski. En 1979, une audience du Bureau d'audience publique en environnement (BAPE) réaffirme la vocation récréative sur le territoire protégé et augmente la superficie du parc. En vertu de la Loi sur les parcs de 1977 (L.Q. 1977, c.56), on reconnaît deux types de parcs, soit ceux de récréation et

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ Cauchy, Clairandree & Chouinard, Tommy, *loc. cit.*

¹⁵⁵ Sondage Léger-marketing, janvier 2005, in Cauchy, Clairandree & Chouinard, Tommy, *loc. cit.*

ceux de conservation. Par la suite, entre 1984 et 1989, le gouvernement procède à une série d'investissements pour moderniser les installations. Toutefois, les difficultés financières de la station récréotouristique du Mont-Orford forcent le locataire, Gestion Orford et son propriétaire Fernand Magnan, à déclarer faillite en 1998, et obligent le gouvernement péquiste de l'époque à explorer de nouvelles avenues de façon à assurer la rentabilité et la survie des installations. En effet, à défaut d'obtenir du financement du gouvernement, la station opérait à pertes depuis 1990¹⁵⁶. En 2001, l'Assemblée nationale modifie la Loi sur les parcs et abolit la distinction traditionnelle récréation/conservation, classant tous les parcs dans la catégorie de parcs nationaux (L.Q. 2001, c.63).

Le bail se voit donc repris en 2000 par un nouveau promoteur, la compagnie Intermont (par la suite le groupe Mont-Orford inc.), et son président, André L'Espérance. Le groupe comprend également Paul Gobeil, ancien ministre libéral, et Claude Boulay, président du groupe Everest (dont le nom ressort lors de la Commission Gomery). D'ailleurs, le nombre d'actions détenues par M. Gobeil dans le groupe Mont-Orford inc. passe de 10 à 77% dès l'arrivée au pouvoir du gouvernement Charest en avril 2003¹⁵⁷. La principale solution avancée par ces derniers dans le but d'augmenter l'achalandage des lieux concerne la construction d'unités d'hébergement à proximité des pistes de ski, sur le territoire du parc national. Pour ce faire, on propose à la Société de la Faune et des Parcs en août 2001 l'échange d'une partie du parc national contre d'autres terrains en périphérie du parc, sans en réduire la superficie totale. D'ailleurs, le nouveau zonage proposé augmente la superficie du parc de 4% et réduit le territoire sous bail. Un tel projet contrevient toutefois à la Loi sur les parcs, qui stipule que les terrains d'un parc national ne peuvent faire l'objet de vente ou d'échange (L.Q. 1977, c.56, a.5). Le gouvernement

¹⁵⁶ L'Espérance, André. *Allocution devant la Commission des transports et de l'environnement*. Québec, Le 25 mai 2006. 37^{ième} législature, 2^{ième} session.

¹⁵⁷ Cardinal, François, « Coup de force à Québec; Orford revient hanter les libéraux », *La Presse* (Montréal), Le 13 juin 2006, p. A2.

doit donc adopter une loi pour aller de l'avant avec le projet, mais également tenir des audiences publiques, tel que stipulé dans la Loi sur les parcs (L. Q. 1977, c.56, a.4; L. Q. 1985, c.30, a.61; L. Q. 2001, c.63, a.5)

Les premières audiences se tiennent les 6 et 7 décembre 2002, au BAPE. La proposition de la Société de la Faune et des Parcs du Québec, qui résulte d'une entente de principe avec le groupe Intermont, soulève certaines oppositions de la part des participants sur la valeur écologique des terrains échangés, mais le projet reçoit tout de même un bon nombre d'appuis¹⁵⁸. Le gouvernement émet une série de conditions au promoteur de façon à répondre aux préoccupations des participants. De ces conditions résulte une deuxième proposition en février 2004, qui projette la construction de 1400 unités d'hébergement. Le ministre Mulcair, responsable du dossier, confie au BAPE la responsabilité d'évaluer les répercussions du projet sur la biodiversité et l'intégrité écologique du parc.

Le rapport du BAPE paraît en mars 2005 et réaffirme les positions partagées à l'égard du projet. Alors que tous s'entendent sur la préservation de la station de ski et de l'importance du développement touristique de la région, beaucoup jugent inacceptable l'idée de construire sur des terrains protégés. En plus de l'illégalité de l'échange, les divergences d'opinion s'exercent au niveau de la vocation du parc, en raison de l'ambiguïté de la Loi de 2001, de l'équité des terrains impliqués dans l'échange, des motivations et de la validité du nouveau promoteur et de diverses questions environnementales. Les conclusions du rapport soulignent les répercussions néfastes du projet sur l'intégrité écologique du parc et les incertitudes quant à la validité des territoires proposés dans l'échange, dont les trois quarts n'appartiennent

¹⁵⁸ Cournoyer, R., Demers, P. & Dépelteau, P. (avril 2003), *Parc national du Mont-Orford. Audiences publiques des 6 et 7 décembre 2002. Synthèse de la consultation et des recommandations*. Québec : Société de la Faune et des Parcs du Québec.

pas encore à Mont-Orford inc¹⁵⁹. Le ministre Mulcair rejette alors le projet, obligeant M. L'Espérance à le modifier. D'ailleurs, dans une lettre adressée au groupe de citoyens S.O.S. Orford en 2003 à la veille de l'élection, M. Charest s'engage à ne pas modifier les limites du parc national à moins d'obtenir « une large approbation sociale »¹⁶⁰.

Le 27 février 2006, M. Mulcair quitte le Conseil des ministres et voit son poste confié à M. Claude Béchar, qui ramène le dossier à l'agenda du gouvernement. Le nouveau projet permet la vente de 579 hectares de terrain protégé au groupe Mont-Orford inc. et l'agrandissement du parc sur d'autres terrains que ceux proposés en 2004, dans le but de construire 800 unités d'hébergement¹⁶¹. Trois jours de commission parlementaire se tiennent en mai 2006 pour permettre aux différents intervenants de s'exprimer. En dépit de celles-ci, le tout se concrétise par le projet de Loi 23, qui modifie la Loi sur les parcs de 2001, et dont l'approbation finale s'effectue à l'Assemblée nationale le 12 juin 2006, après que le gouvernement impose le baïllon.

Cette nouvelle loi autorise la vente de 549 hectares du parc national, dont 409 pour le ski et 103 pour le golf. 85 hectares peuvent être aménagés en immeubles en copropriétés (7 à 800), au bas des pentes et dont la hauteur ne doit dépasser la cime des arbres. On prévoit également des espaces tampons entre les zones non-protégées et celles qui demeurent dans le parc national, et dont la surveillance se voit confiée à des organismes à but non lucratif. La loi empêche les changements de zonage

¹⁵⁹ Bureau d'audiences publiques sur l'environnement, (mars 2005), *Rapport 209 : Les répercussions d'un échange de terrain sur la biodiversité et l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford. Rapport d'enquête et d'audience publique*. Québec : Bureau d'audiences publiques sur l'environnement.

¹⁶⁰ Beauchemin, Malorie, « Une bataille qui ne fait que commencer », *La Presse* (Montréal), 4 mai 2006, p. A2.

¹⁶¹ Lessard, Denis, « Vente de terrains du Mont-Orford; les adversaires isolés », *La Presse* (Montréal), 7 mai 2006, p. A1.

municipaux, et l'acquéreur du terrain doit investir 5 millions de dollars durant les cinq premières années pour réhabiliter les milieux dégradés par le centre de ski. La vente s'effectue par appel d'offres, et le gouvernement doit verser un dédommagement de 12 millions de dollars au détenteur actuel du bail si les terrains passent aux mains d'un autre promoteur¹⁶².

Le projet subit de fortes oppositions, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du parti : plus de 12 000 personnes démontrent leur opposition dans le cadre d'une manifestation à Montréal en avril 2006, tandis que les sondages révèlent un mince appui de 18% dans la population¹⁶³. De plus, le député Mulcair s'abstient de voter, alors que le député libéral de Brome-Missisquoi, Pierre Paradis, vote à l'encontre du projet.

4.6 Justification des cas à l'étude

Le choix des dossiers des écoles juives et du Mont-Orford s'appuie sur plusieurs critères. D'abord, certaines considérations pratiques entrent en ligne de compte. La période de temps relativement courte entre le choix des politiques et leur résultat final (sept jours pour les écoles juives et 106 jours pour le Mont-Orford) en facilite l'analyse. De plus, les deux politiques font l'objet d'un grand battage médiatique, ce qui permet plus clairement d'appréhender le rôle des médias dans leur mise en oeuvre. Aussi, le choix de ces dossiers s'appuie sur la constance des variables; en effet, dans les deux cas, il semble que l'apparition des dossiers sur l'agenda politique s'explique par l'influence directe d'acteurs importants dans l'entourage du parti au pouvoir et non en réaction à un problème, selon des

¹⁶² Il est à noter qu'en date du 7 mai 2007, le gouvernement met fin au processus d'appel d'offres pour la vente des terrains du Mont-Orford. Aucune soumission n'a été déposée pendant les cinq mois du processus. La Loi 23, qui autorise la transaction, reste cependant en vigueur à ce jour.

¹⁶³ Sondage CROP-*La Presse*, 3 mai 2006, cité dans Beauchemin, Malorie, *loc. cit.*

indicateurs réels. Du moins, aucun indicateur réel d'un problème ne justifie un tel acharnement de la part du gouvernement à aller de l'avant si on considère les coûts politiques associés à la mise en oeuvre de ces dossiers.

De plus, dans les deux cas, les données de sondage révèlent une forte opposition de la population à l'égard des politiques. D'ailleurs, le premier ministre Charest justifie son retrait du dossier des écoles juives en évoquant le peu d'appui dans la population. Selon cette logique, le gouvernement devrait également se retirer du dossier du Mont-Orford¹⁶⁴. Alors si les indicateurs réels d'un problème et les données de sondage d'opinion vont à l'encontre des deux projets, alors reste à mesurer l'appui des médias dominants.

¹⁶⁴ Voir note 162

CHAPITRE V

RÉSULTATS DE L'ANALYSE

La partie qui suit illustre et explique les résultats de l'analyse du discours de la presse écrite sur les dossiers à l'étude. Une fois les hypothèses vérifiées, les parties subséquentes évaluent la congruence entre ces résultats et la théorie exposée dans les premiers chapitres du travail.

5.1 Validation des hypothèses

➤ Hypothèse 1 :

- On suppose que la presse écrite joue davantage des rôles d'interrogation et d'investigation dans le cas de la politique de subventions aux écoles juives.
- À l'inverse, on suppose que la presse écrite joue des rôles d'information et d'interprétation de la politique du Mont-Orford

Le tableau 2 présente les différents types d'articles de journaux et leurs rôles respectifs :

Tableau 2 : Types de contenu médiatique associé à chaque niveau de rôle

Niveaux de rôles dans l'élaboration des politiques (Murray, 2007)	Types de contenu journalistique (Raboy, 1992)
Information (<i>factual reportage</i>)	Nouvelle
Interprétation	Éditorial / Chronique d'opinion / Commentaire / Courrier des lecteurs
Investigation	Enquête / Chronique spécialisée
Interrogation	Reportage / Analyse

➤ Première hypothèse confirmée (partiellement)

Les types d'articles publiés entre le 13 et le 20 janvier 2005 lors de la mise en oeuvre des politiques de subventions aux écoles juives jouent principalement des rôles d'interrogation et d'investigation de l'action gouvernementale. En effet, les données pondérées (en fonction du tirage des quotidiens) révèlent des proportions de 61% et de 3% respectivement pour chacun des ces rôles, tandis que l'interprétation vient compléter le tout avec 36% de l'échantillon (Figure 3). L'espace rédactionnel réservé aux analyses (38%) et aux reportages (22%) contribue à renforcer la prédominance de ces rôles (Figure 2).

Figure 2 : Types d'articles publiés, dossier des écoles juives (données pondérées)

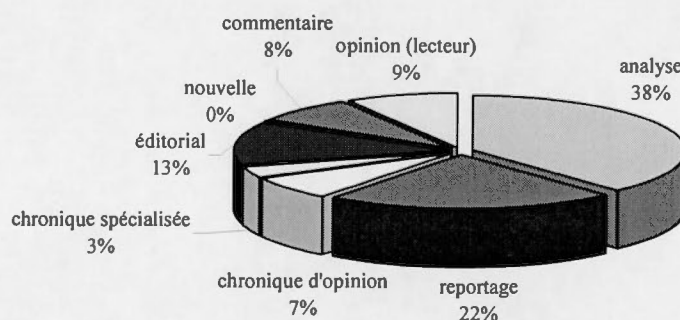
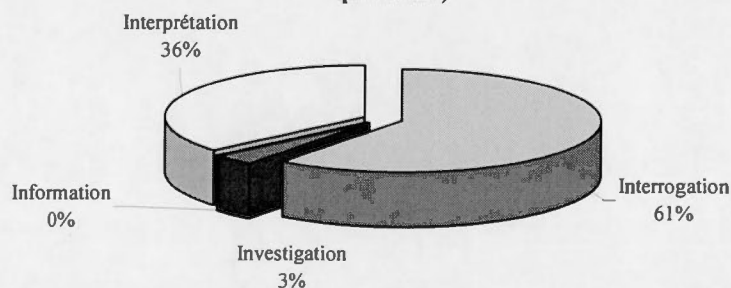


Figure 3 : Rôles assumés (Hypothèse 1), dossier des écoles juives, (données pondérées)



Les types d'articles publiés au moment de la mise en oeuvre de la politique du Mont-Orford (du 28 février au 13 juin 2006) jouent également des rôles d'interrogation et d'investigation de l'action gouvernementale, mais dans des proportions moindres (52% et 5% respectivement, Figure 5). De plus, la proportion de l'espace rédactionnel réservée à l'analyse, une fois les données pondérées, s'élève à seulement 5% (Figure 4). Comme pour la couverture du dossier précédent, le rôle d'interprétation de l'action gouvernementale occupe 36% de l'espace rédactionnel. On retient tout de même un plus grand travail d'interrogation et d'investigation de l'action gouvernementale de la part des médias pour le dossier des écoles que pour celui du Mont-Orford.

Figure 4 : Types d'articles publiés, dossier du Mont-Orford (données pondérées)

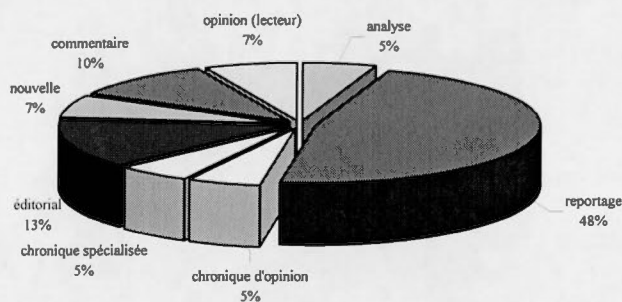
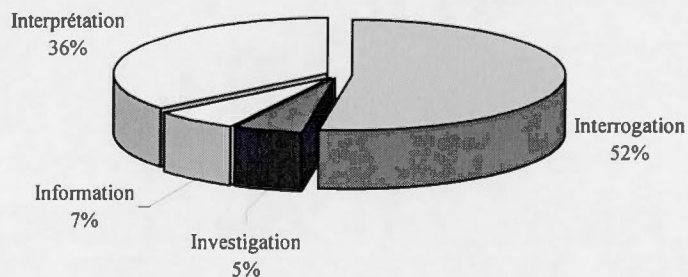


Figure 5 : Rôles assumés (Hypothèse 1), dossier du Mont-Orford (données pondérées)

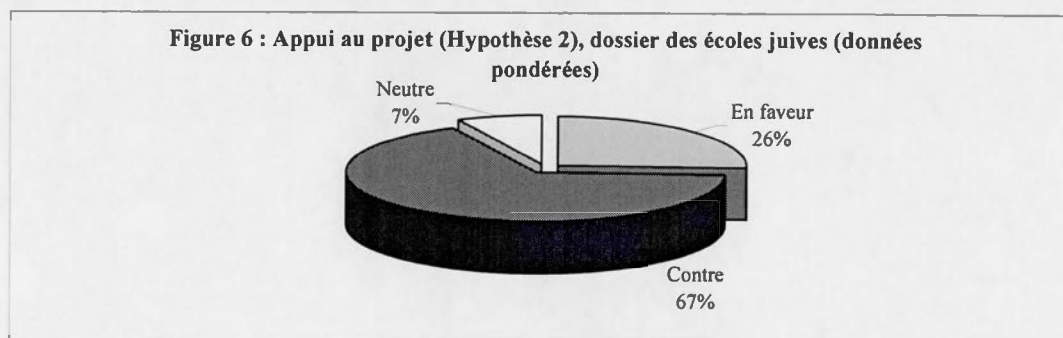


➤ Hypothèse 2 :

- Le faible appui dans les sondages d'opinion à l'égard des deux projets (82 et 89% contre) laisse présager un discours médiatique essentiellement négatif
- On suppose néanmoins un discours négatif plus prononcé à l'endroit du dossier des écoles juives, en raison de l'absence de débat public aux premières étapes de l'élaboration de la politique.

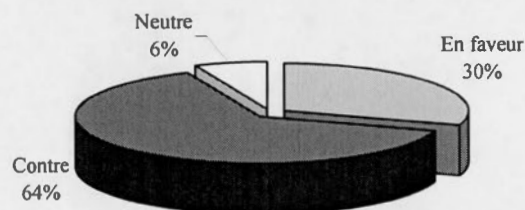
➤ Seconde hypothèse confirmée

Lors de la mise en oeuvre de la politique des écoles juives, 67% du contenu médiatique présente une image défavorable du dossier et des différents acteurs impliqués dans sa promotion (Figure 6). La politique du Mont-Orford suscite pour sa part un désaccord dans 64% de l'espace rédactionnel (Figure 7). Cette différence dans le discours négatif à l'égard de ces deux politiques (67% vs 64%) correspond à celle observée dans les données de sondages d'opinion réalisés au moment de leur mise en oeuvre (82% et 89% contre¹⁶⁵).



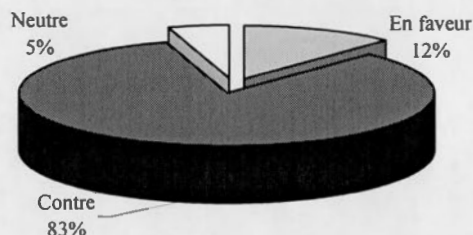
¹⁶⁵ Sondage Léger-marketing, janvier 2005, cité dans Cauchy, Clairandree & Chouinard, Tommy, *loc. cit.*; Sondage CROP-*La Presse*, 3 mai 2006, cité dans Beauchemin, Malorie, *loc. cit.*

Figure 7 : Appui au projet (Hypothèse 2), dossier du Mont-Orford (données pondérées)



Toutefois, si on observe seulement l'appui des quotidiens francophones de l'échantillon au dossier des écoles, on constate que l'opposition médiatique s'élève à 83% (Figure 8).

Figure 8 : Appui au projet (Hypothèse 2), dossier des écoles juives, journaux francophones (données pondérées)



Les tableaux 3 et 4 offrent plus de détails sur l'appui des quotidiens aux deux dossiers à l'étude :

Tableau 3 : Appui de la presse écrite au projet, (Hypothèse 2), Dossier des écoles juives (données non-pondérées)

Écoles juives	En faveur	Contre	Neutre	Total
<i>La Presse</i>	13,4%	83,5%	3,1%	100%
<i>The Gazette</i>	54%	33,5%	12,4%	100%
<i>Le Soleil</i>	8,7%	81,6%	9,7%	100%
<i>Le Droit</i>	0%	84,1%	15,8%	100%
<i>Le Devoir</i>	9,4%	84,4%	6,2%	100%
Moyenne	17,1%	73,4%	9,5%	100%

Tableau 4 : Appui de la presse écrite au projet, (Hypothèse 2), Dossier du Mont-Orford (données non-pondérées)

Mont-Orford	En faveur	Contre	Neutre	Total
<i>La Presse</i>	35,9%	58,6%	5,6%	100%
<i>The Gazette</i>	28,3%	65%	6,7%	100%
<i>Le Soleil</i>	19%	72%	9%	100%
<i>Le Droit</i>	22,2%	71,5%	6,4%	100%
<i>Le Devoir</i>	9,7%	84%	6,3%	100%
Moyenne	23%	70,2%	6,8%	100%

On peut donc constater la position des différents quotidiens à l'égard des politiques de subventions aux écoles juives et de privatisation du Mont-Orford¹⁶⁶.

5.2 L'évolution de l'attention médiatique sur les dossiers à l'étude

L'attention médiatique correspond à l'espace rédactionnel réservé aux dossiers à l'étude¹⁶⁷. Pour les fins de l'analyse, cette mesure permet d'une part de vérifier la saillance de ces politiques sur l'agenda médiatique, mais également de connaître les événements suscitant davantage de réactions dans les journaux. Comme pour les éléments vérifiés dans les hypothèses, cet indicateur permet d'évaluer le travail effectué par les médias, procurant ainsi une autre piste d'explication de l'action gouvernementale.

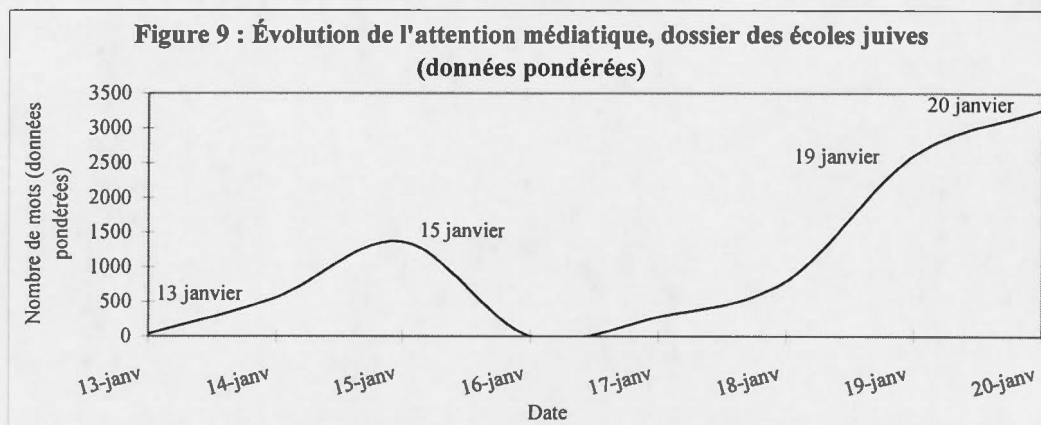
5.2.1 Le dossier des écoles juives

La figure 9 illustre l'évolution de l'attention médiatique pour le dossier des subventions aux écoles juives, sur une période d'environ une semaine. La publication de cette politique dans *Le Devoir* provoque un rattrapage par les médias, laissés pour compte durant les premières étapes de son élaboration. Les éditions parues le samedi

¹⁶⁶ Les tableaux 9 et 10, situés en annexe, offrent plus de détails quant aux types d'articles, au volume et à l'appui de la presse écrite sur les deux dossiers.

¹⁶⁷ Mesurable par le nombre (pondéré) de mots publiés quotidiennement sur le sujet. Voir partie

15 janvier s'affairent donc à en relater les détails. Ce battage médiatique s'amplifie progressivement et atteint son apogée le matin du 19 janvier 2005. La même journée, le gouvernement se retire du dossier, évoquant le manque d'adhésion.



Dates clé de la couverture médiatique, dossier des écoles juives

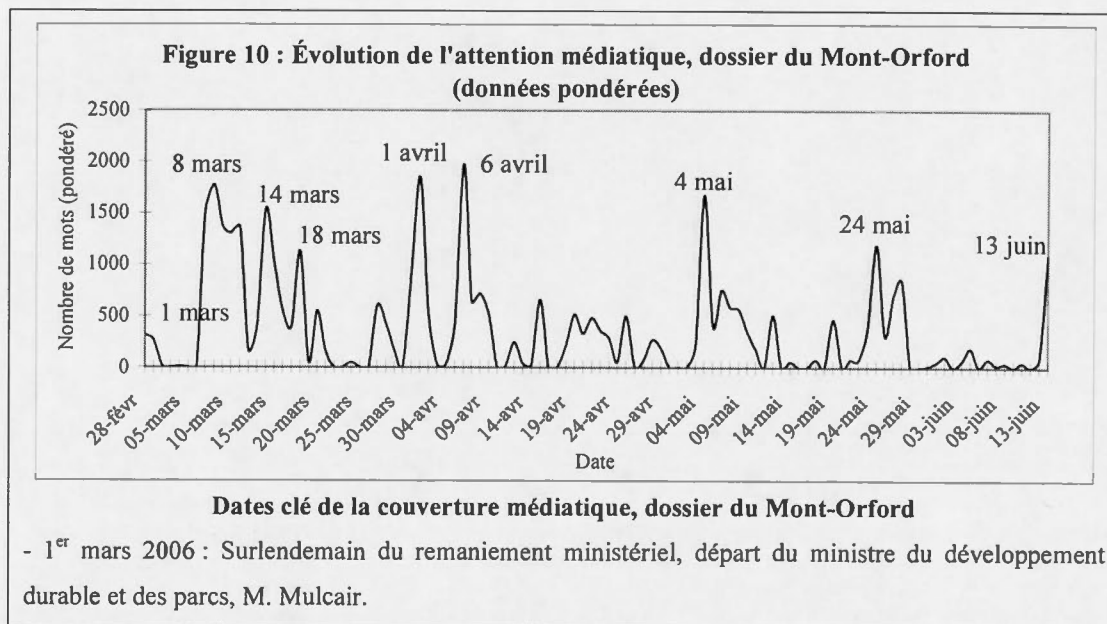
- 13 janvier 2005 : Le quotidien *Le Devoir* annonce à la une l'intention du gouvernement de subventionner le réseau d'écoles privées de confession juive de Montréal.
- 15 janvier 2005 : Édition du samedi; réactions des différents intervenants suite à la nouvelle.
- 19 janvier 2005 : La commission scolaire Marguerite-Bourgeoys annonce qu'elle ne renouvelle pas l'entente signée auparavant avec les écoles privées juives; les écoles voulant profiter du financement doivent dorénavant s'associer avec la commission scolaire Lester B. Pearson.
- 20 janvier 2005 : Le gouvernement annonce qu'il se retire du dossier.

Il faut toutefois noter la relative simplicité du dossier, si on compare à la politique du Mont-Orford. En effet, l'absence de débat public aux premières étapes du processus et les motivations questionnables du gouvernement préparent le terrain à une opposition massive de la population, récupérée par les médias. D'une part, en raison du patronage apparent de la part du premier ministre à l'endroit d'un groupe organisé d'électeurs, et d'autre part, en raison des débats des dernières années sur les difficultés du système d'éducation public et sur la présence de la religion en milieu scolaire.

La tombée abrupte de la nouvelle et la familiarisation rapide des électeurs avec les enjeux reliés au dossier, augmentent ainsi la rétroaction aux journaux, qui augmentent à leur tour la couverture du dossier en réponse aux réactions du public. Ce phénomène correspond au « sens des nouvelles » des journalistes, évoqué par Herbst au Chapitre II relativement à la formation de l'agenda médiatique¹⁶⁸ : la récupération par les médias du mécontentement populaire et des prises de positions d'universitaires et de personnalités du milieu scolaire viennent appuyer de façon quasi-unanime le retrait de la Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys de l'entente avec le gouvernement.

5.2.2 Le dossier du Mont-Orford

La figure 10 illustre l'évolution de l'attention médiatique lors de la mise en oeuvre de la politique du Mont-Orford. Cette étape s'étend sur une période d'environ trois mois et demi.



¹⁶⁸ Herbst, S. (1998), *op. cit.*

- 8 mars 2006 : Sortie publique de Mulcair. Ce dernier critique le premier ministre Charest de ne pas appliquer assez sévèrement la réglementation environnementale.
- 14 mars 2006 : Veille de la reprise des travaux à l'Assemblée nationale; à la sortie d'une réunion du caucus libéral, le député Russell Copeman dénonce les bavures dans le bilan de M. Charest depuis son élection.
- 1^{er} avril 2006 : Riposte des membres du PLQ aux propos de Mulcair; dissension à l'intérieur du parti.
- 6 avril 2006 : Charest et Mulcair se réconcilient publiquement¹⁶⁹; ce dernier conserve son poste de député. Le gouvernement promet de doubler la superficie du parc.
- 4 mai 2006 : Réactions suite à la publication d'un sondage CROP-*La Presse* qui révèle un appui de 18% à la vente d'une partie du parc national, à la veille du Conseil général du PLQ, du 5 au 7 mai à Trois-Rivières.
- 24 mai 2006 : Lendemain de la première journée de commission parlementaire, marquée par les échanges musclés entre promoteurs et opposants.
- 13 juin 2006 : Lendemain du vote à l'Assemblée nationale sur le projet de Loi 23 qui permet la modification des limites du parc national.

Après une longue période d'accalmie sur le dossier suite au rapport du BAPE de 2005, l'attention médiatique reprend le 1^{er} mars, quelques jours après le remaniement du cabinet ministériel et le départ du ministre Mulcair. Son évolution s'effectue en deux vagues : la première, du 1^{er} mars au 6 avril, relate les sorties publiques successives des membres du PLQ (Mulcair, Charest, Copeman, Reid, Béchard, Whissell et Gagnon-Tremblay) et de façon plus générale, les conséquences politiques associées à la mise en oeuvre du dossier. La deuxième vague, du 4 mai au 13 juin, porte son attention davantage sur l'opposition au projet et à son impopularité dans la population (notamment, à la lumière du sondage du 3 mai). L'attention médiatique fluctue donc en fonction de ces deux éléments.

¹⁶⁹ Presse Canadienne, « Mont Orford : Charest et Mulcair se donnent la main... mollement », *Le Droit* (Outaouais), 6 avril 2006, p. 20

5.3 Le cycle des politiques de Kingdon

La période de trois ans et demi précédant le départ de Mulcair correspond aux deux premières étapes du cycle des politiques de Kingdon¹⁷⁰, soit la réapparition à l'agenda du dossier Orford, laissé sur la glace par le gouvernement précédent, et la spécification des alternatives sur le dossier. Ces deux étapes, cruciales dans l'aboutissement du projet, ne reçoivent pas un intérêt médiatique proportionnel à leur importance. En effet, on totalise 34 articles (15 566 mots) sur Orford parus avant le remaniement, sur une période de trois ans et demi, contre 404 articles (169 610 mots) entre le départ de Mulcair et l'adoption finale, sur une courte période de trois mois et demi.

Le départ de M. Mulcair, attribuable à son refus de la proposition controversée de Mont-Orford inc. suite au verdict du BAPE, correspond ainsi à la troisième étape, celle du choix autoritaire d'une alternative par le premier ministre Charest. Le tableau 5 illustre le processus pour les deux politiques à l'étude, suivant la classification de Kingdon :

Tableau 5 : La « fenêtre d'opportunité » et le cycle des politiques de Kingdon

Étape du cycle des politiques (Kingdon; 1995)	Dossier des écoles juives	Dossier du Mont-Orford
1. Mise à l'agenda d'un enjeu problématique (ouverture d'une fenêtre d'opportunité)	Premier courant : Problème	Premier courant : Problème
	Difficultés d'intégration de la communauté juive à la société québécoise	Problèmes de rentabilité de la partie du parc sous bail (ski et golf)

¹⁷⁰ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.*

	Deuxième courant : Contexte politique	Deuxième courant : Contexte politique
	Élection du PLQ, appui financier et électoral de la communauté juive, promesse jamais honorée depuis l'élection de 1994, actes haineux à l'endroit de la communauté (incendie de la bibliothèque Talmud Torah)	Élection du PLQ, appui financier et proximité au pouvoir des promoteurs du projet, popularité du concept de développement durable
	Troisième courant : Solution	Troisième courant : Solution
	Octroi d'un statut permettant davantage de financement public aux écoles privées	Développement immobilier au pied des pentes de ski
2. Spécification des alternatives en réponse à l'enjeu	Aucune consultation publique	Audiences du BAPE, Délibérations au Cabinet
3. Choix autoritaire d'une des alternatives	Octroi d'un statut permettant davantage de financement public aux écoles privées	Développement immobilier au pied des pentes de ski, sur le territoire du parc national
4. Mise en oeuvre de la décision	En vertu du nouveau statut, autorisation de conclure avec la Commission scolaire une entente pour accéder au financement (Retrait du gouvernement en date du 19 janvier 2005)	Modification de la loi (projet de Loi 23) permettant l'échange de terrains sur le parc national (adoption effectuée en date du 13 juin 2006)

5.4 Le cycle d'attention de Downs et la survie médiatique du dossier Orford

La survie d'un enjeu sur l'agenda médiatique dépend de l'attention du public, qui s'estompe graduellement selon l'intensité de sa couverture. Tel qu'observé par Anthony Downs¹⁷¹, la durée de vie d'un enjeu sur l'agenda médiatique nécessite un certain dosage de la part des journalistes, pour éviter de saturer les lecteurs et ainsi perdre leur attention. La période de mise en oeuvre de la politique du Mont-Orford, plus longue que celle des écoles privées, correspond ainsi à un cycle d'attention, tel que démontré dans le tableau 6.

¹⁷¹ Downs, A. (1972). *loc. cit.* Voir partie 2.3.1 du document

Tableau 6 : Le Mont-Orford et le cycle d'attention de Downs (1972)

Étape	Description	Dossier du Mont-Orford
1. Pré-problème (7 décembre 2002 - 28 février 2006)	Un problème existe, selon des indicateurs réels, mais n'a pas encore capté l'attention du public	Depuis 2002, en raison des problèmes de rentabilité du Mont-Orford, le gouvernement du Québec évalue la possibilité de privatiser une partie du parc national pour permettre le développement immobilier.
2. Découverte alarmiste (28 février 2006 - 6 avril 2006)	Un événement spectaculaire survient et suscite l'intérêt du public.	Après s'être opposé à cette option, le ministre du MDDEP, M. Mulcair, voit son poste confié à M. Béchar. Cette manœuvre du premier ministre confirme la décision du gouvernement d'outrepasser les conclusions du BAPE de 2005 et d'aller de l'avant avec la privatisation. Les événements des semaines qui suivent laissent croire à un certain manque de cohésion interne et de consensus sur le dossier. La coalition S.O.S. Orford reçoit l'appui d'un certain nombre de personnalités publiques.
3. Déclin de l'intérêt public (6 avril 2006 - 13 juin 2006)	On réalise les coûts élevés de la solution au problème, parallèlement à une couverture médiatique excessive	En dépit de la contestation, le gouvernement va de l'avant avec le projet. Le conseil général du PLQ, du 5 au 7 mai 2006 à Trois-Rivières, vient consolider l'appui des militants libéraux. Les trois jours de commission parlementaire, du 23 au 25 mai, attestent des problèmes de rentabilité du promoteur et de la pertinence d'un projet immobilier pour y remédier. L'adoption du projet de loi est prévue pour le 13 juin.
4. Post-problème (13 juin 2006 - à ce jour)	L'enjeu se voit exclu de l'agenda public, en dépit des initiatives pour y remédier	L'adoption du projet de loi atténue l'ardeur de la contestation et le gouvernement entame un processus de consultation régionale en vue d'une construction prochaine.

Le cycle d'attention pour le dossier Orford atteint son apogée en date du 6 avril. Toutefois, le mécontentement populaire, récupéré en partie par la presse écrite, n'arrive pas à freiner la mise en oeuvre du dossier, comme il semble avoir été le cas avec le dossier des écoles juives. L'étape qui suit tente de décrire le phénomène de façon plus exhaustive et d'offrir quelques pistes d'explications.

CHAPITRE VI

INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

6.1 Les différences dans le traitement médiatique des dossiers à l'étude

La couverture médiatique de la politique du Mont-Orford témoigne d'un certain niveau de clémence à l'endroit du gouvernement, si on compare à celui effectué au moment de la mise en oeuvre de la politique de subventions aux écoles juives. Trois raisons justifient une telle affirmation.

Tel qu'expliqué au chapitre III¹⁰, la formation d'opinions chez les électeurs ainsi que l'incitation à l'action des autorités découlent davantage des rôles d'interrogation et d'investigation des médias, par la publication de reportages, d'analyses et de chroniques spécialisées¹¹. Son efficacité dépend largement du travail des journalistes et des contraintes de temps imposées par son organisation; en effet, plus le nombre et la diversité des sources augmentent, plus les niveaux de questionnement et d'objectivité s'amplifient et plus on arrive à offrir une pluralité de perspectives au lecteur.

En plus d'effectuer moins d'interrogation et d'investigation que pour le dossier des écoles juives (hypothèse 1), la presse écrite adopte une position plus favorable à l'égard du projet d'Orford que celle du public (hypothèse 2)¹². Le niveau élevé d'attention accordé aux aspects conflictuels du projet, soit les querelles internes et les mouvements d'opposition, contribue également à imposer une lecture idéologique, voire manichéenne, de l'enjeu en question. Cette clémence relative des

¹⁰ Murray, C. (2007), *loc. cit.*; Soroka, S. N. (2002), *op. cit.* Voir partie 3.3 du document

¹¹ Par leur capacité de relater les faits et événements de façon plus complète que la nouvelle et de façon plus neutre et objective que les articles d'opinions (éditoriaux, commentaires, etc.)

¹² Au lendemain du sondage CROP-*La Presse*, 3 mai 2006, cité dans Beauchemin, Malorie, *loc. cit.*

organisations médiatiques peut ainsi expliquer en partie l'adoption finale du projet de Loi 23.

À l'inverse, la couverture médiatique de la politique de subventions aux écoles propose un bilan différent de l'action gouvernementale. En plus de présenter une grande part d'analyse, assumant ainsi amplement son rôle d'interrogation, la presse écrite présente un volume quotidien moyen d'articles de près de quatre fois supérieur au volume quotidien pour le dossier du Mont-Orford¹⁷⁵. De plus, le projet reçoit un mince 26% d'appuis dans les journaux. Ce chiffre diminue à 12% lorsqu'on observe seulement les journaux francophones de l'échantillon (Figure 8).

Cette couverture médiatique du dossier, plus rigoureuse que dans le cas précédent, semble ainsi avoir contribué au repli du gouvernement¹⁷⁶. Les parties qui suivent proposent une série de pistes pour expliquer les différences dans le traitement des dossiers à l'étude.

6.1.1 La relation entre journalistes et sources

Les observations de Turk¹⁷⁷ proposent une piste pour expliquer l'accueil négatif du projet des subventions par les médias : la relation entre les journalistes et les politiciens obéit à une dynamique de dépendance mutuelle; en effet, les journalistes dépendent dans une large mesure de l'information révélée par le gouvernement, tandis que le gouvernement dépend des médias pour renforcer le support populaire à ses initiatives. Cet échange de bons procédés signifie qu'un gouvernement doit fournir de l'information aux journalistes, faute de quoi ces

¹⁷⁵ 4987 mots par jour (écoles, du 13 au 20 janvier 2005) contre 1600 mots par jour (Orford, du 28 février au 13 juin 2006).

¹⁷⁶ Les dernières parties du travail proposent toutefois d'autres facteurs d'explication, permettant de nuancer cette dernière affirmation.

¹⁷⁷ Turk, J. V. (1986). *loc. cit.* Voir partie 2.5.4 du document.

derniers seront plus enclins à dresser un portrait défavorable. Dans la même lignée, le manque d'informations émanant des sources gouvernementales se voit comblé par une plus grande visibilité accordée aux opposants du projet. Dans le dossier des écoles juives, le manque d'efforts du Cabinet dans la promotion médiatique du projet peut donc justifier en partie le ton vindicatif des journalistes, constituant une sorte de représailles à l'endroit du gouvernement. En effet, aucun communiqué de presse n'est envoyé, et le quotidien *Le Devoir* apprend la nouvelle par des sources anonymes. Suite aux vives réactions du public, le gouvernement se voit obligé de tenir des conférences de presse pour justifier cette mesure.

6.1.2 L'importance des relations publiques

La mise en oeuvre d'une politique consiste essentiellement à convaincre les principaux acteurs concernés par celle-ci de son bien-fondé, notamment par l'entremise des médias, jusqu'à son adoption finale. Cette guerre pour l'opinion publique, menée simultanément par les différents protagonistes d'un enjeu, détermine ainsi le succès de l'initiative gouvernementale. Cette étape obéit à une logique rétroactive¹⁷⁸, d'après les observations de Cohen¹⁷⁹ : les élus utilisent les médias pour vendre, en quelque sorte, leurs projets de lois aux autres instances décisionnelles¹⁸⁰ ou directement à la population. Par la suite, ces derniers interprètent le contenu médiatique comme représentatif de l'opinion publique. Les activités de relations publiques amènent de la couverture médiatique, qui est ensuite interprétée comme l'opinion publique.

La logique des relations publiques gouvernementales semble se résumer de la façon suivante : plus le Cabinet émet d'information destinée aux journalistes, moins

¹⁷⁸ « Boucle de rétroaction » (« *Feedback loop* »).

¹⁷⁹ Cohen, B. C. (1973), *op. cit.* Voir partie 2.5.4 du document.

¹⁸⁰ Par exemple, aux États-Unis, des membres de l'exécutif doivent « vendre » (c'est-à-dire persuader de la pertinence de) leur initiatives législatives au Congrès.

ces derniers doivent questionner les autres acteurs impliqués, et plus le gouvernement parvient à en contrôler la couverture médiatique. Tel que rapporté par Turk¹⁸¹, la capacité des sources gouvernementales à se hisser à l'agenda médiatique dépasse largement celle des autres acteurs de la société, en raison des contraintes de temps avec lesquelles doivent composer les journalistes¹⁸². La professionnalisation des relations publiques leur permet généralement de fournir en premier leur version de l'histoire aux journalistes et choisir l'angle sous lequel celui-ci sera abordé.

6.1.3 Le Mont-Orford et la médiatisation des conflits

Dans le dossier d'Orford, les sorties publiques fréquentes des membres du gouvernement et la guerre d'opinion publique menée par ces derniers semblent avoir donné le ton au débat¹⁸³. Contrairement au dossier des écoles juives, son évolution s'effectue au grand jour et une bonne partie de sa couverture se concentre sur les querelles internes au PLQ. Comme observé précédemment, le dossier en tant que tel ne suscite pas autant d'intérêt que les conflits qui en découlent. Dès le départ de M. Mulcair du MDDEP le 28 février : d'une part, le premier ministre Charest tient à clarifier les raisons de ce départ, et surtout, défend l'image d'unanimité sur le dossier à l'intérieur de son gouvernement. D'autre part, M. Béchard, le remplaçant de M. Mulcair au MDDEP, appuyé par la ministre Gagnon-Tremblay et le député d'Orford M. Reid, soutient publiquement qu'il ne fait que terminer ce que son prédécesseur avait entamé jusqu'à présent. M. Mulcair réplique ensuite en fournissant aux médias sa version de l'histoire et soutient qu'on le punit pour avoir appliqué la réglementation environnementale correctement. Le député M. Paradis appuie les dires de M. Mulcair en déclarant publiquement son opposition au projet. Même chose pour le député M. Copeman qui critique la performance du chef devant les journalistes. Par

¹⁸¹ Turk, J. V. (1986). *loc. cit.* Voir partie 2.5.4 du document.

¹⁸² Gingras, A.-M. (2006), *op. cit.* Voir partie 2.1.2 du document.

¹⁸³ En bref, « Mulcair salué », *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} avril 2006, p. A5.

la suite, M. Whissell, le président du caucus libéral, dénonce les propos de M. Mulcair et met en doute sa franchise, le qualifiant d'« explosif » et d'« enflammé¹⁸⁴ » dans le cadre d'une entrevue télévisée, reprise dans les journaux le lendemain. Ce phénomène s'apparente largement à celui d'élitisme compétitif décrit par Held¹⁸⁵, à savoir une lutte entre élites au sein du contenu médiatique pour gagner l'opinion publique, ainsi qu'à la tendance des médias de prioriser les aspects conflictuels des enjeux pour susciter l'adhésion des lecteurs, telle que rapportée par Rogers et Dearing¹⁸⁶.

Les sorties publiques hautement médiatisées de membres du PLQ viennent abreuver la « soif de sang » des journalistes et éditorialistes et déconcentrent les lecteurs des véritables enjeux d'Orford. Le niveau de coopération plus élevé entre le gouvernement et les médias lors de la mise en oeuvre de ce dossier contribue à en améliorer la couverture, permettant de minimiser les implications à long terme de celui-ci et les coûts politiques pouvant en découler.

6.1.4 La complexité technique du dossier Orford

Les différences dans la couverture médiatique de Orford peuvent aussi s'expliquer par la complexité technique du dossier. En effet, pour pouvoir fournir aux lecteurs une compréhension suffisante d'un tel projet, les journalistes doivent détenir des connaissances spécifiques sur les implications écologiques, juridiques et économiques du développement immobilier. À ces connaissances s'ajoute la capacité de les vulgariser, c'est-à-dire de les rendre accessible aux lecteurs, assurant ainsi une représentation équilibrée des avantages et inconvénients du projet.

¹⁸⁴ Boivin, Simon, "Ce n'est pas le Tom qu'on veut", *Le Soleil* (Québec), 1^{er} avril 2006, p. A11.

¹⁸⁵ Held, D. (1987), *op. cit.* Voir partie 2.2.3.1 du document.

¹⁸⁶ Rogers, J. W. & Dearing, E. M. (1996), *op. cit.*, p. 2. Voir partie 1.1 du document.

À défaut de détenir suffisamment de connaissances techniques pour couvrir un dossier comme Orford, les médias se voient contraints de récupérer les thèses d'experts, généralement d'universitaires, de groupes d'intérêt et de personnalités publiques. L'interprétation des dossiers s'effectue également dans une perspective politique, stratégique, identifiant les gagnants et les perdants, les conséquences sur la popularité du gouvernement, etc. Les journalistes, plus familiers avec la politique qu'avec d'autres domaines plus techniques, privilégient ainsi ce type d'analyse. La récupération des thèses d'experts par les journalistes accentue alors le rôle d'interprétation des politiques. On associe ainsi les positions aux différents intervenants. Cette personnification des idées peut inciter les électeurs à s'identifier non pas aux avantages ou inconvénients d'un enjeu, mais bien à ses promoteurs ou à ses opposants.

À l'inverse, le « lecteur-type »¹⁸⁷ risque de porter peu d'attention aux implications du projet et s'intéresser aux aspects conflictuels de celui-ci. La couverture médiatique des enjeux politiques se heurte ainsi à un double paradoxe : d'une part, la responsabilité sociale des journalistes de fournir une compréhension adéquate des enjeux s'oppose aux contraintes commerciales des organisations médiatiques¹⁸⁸. D'autre part, les notions techniques des politiques s'opposent au niveau de compréhension limité des lecteurs. Ceci oblige ainsi un niveau plus élevé de vulgarisation et une personnification des enjeux par les journalistes. On peut donc constater certaines difficultés dans la couverture médiatique des dossiers techniques comme celui du Mont-Orford et les conséquences potentielles de ce phénomène sur le niveau de compréhension des lecteurs.

¹⁸⁷ Pour reprendre la définition employée par Herbst, S. (1998), *op. cit.* Voir partie 2.2.3.1 du document.

¹⁸⁸ Tel qu'identifié par Hall, S. (1979), *loc. cit.* Voir partie 2.5.3 du document.

6.2 Limites de la démarche méthodologique et facteurs d'explication

Comme il s'avère difficile et dans une certaine mesure naïf d'attribuer les décisions du gouvernement au simple travail des médias, il incombe à cette étape d'identifier d'autres facteurs d'explication.

6.2.1 Le contexte des politiques à l'étude

D'abord, les motivations derrière la politique des écoles juives s'avèrent, somme toute, questionnables. En effet, les objectifs de socialisation avec la communauté juive de Montréal, évoqués par le gouvernement, ne semblent pas tenir compte du niveau d'intégration élevé de cette communauté, dont l'immigration remonte à la première moitié du 20^{ième} siècle. D'ailleurs, l'incendie criminel de la bibliothèque Talmud Torah, évoqué pour justifier cette mesure, représente un acte isolé, commis par un adolescent d'origine libanaise. Ensuite, le projet ne fait l'objet d'aucun débat public, et émane directement du bureau du premier ministre.

À l'inverse, l'objectif du projet Orford, soit la rentabilisation d'une station récréotouristique déficitaire, se défend plus facilement, en raison de son poids économique dans la région. D'ailleurs, le problème figure à l'agenda gouvernemental depuis plusieurs années, ayant nécessité des investissements publics majeurs pour la revitalisation du domaine skiable. Les arguments économiques en faveur du projet, notamment en ce qui a trait à la création d'emplois, détiennent un poids non négligeable dans l'équation. Le *statu quo* reste une option difficilement envisageable, en raison des coûts engendrés par la station déficitaire. L'option de fermer la station complètement implique d'une part des frais de bris de contrat de plusieurs millions de dollars avec le détenteur du bail, ainsi que des investissements majeurs pour restaurer la portion jadis occupée par le domaine skiable. Les thèses écologistes évoquées durant la période de mise en oeuvre, à défaut de proposer d'autres options pour

assurer la pérennité de la station récréotouristique et ainsi sauver les emplois, n'arrivent pas à freiner le projet. Ces différences entre les deux dossiers permettent donc de nuancer l'influence médiatique et ainsi fournir une autre piste d'explication de leur résultat final.

6.2.2 L'influence des acteurs et le contrôle de l'agenda gouvernemental

Tel que révélé par les études de Kingdon¹⁸⁹, l'agenda politique des gouvernements se voit soumis à un certain nombre d'influences, répartis hiérarchiquement en fonction de leurs ressources et de leur position sociale. Les médias se retrouvent parmi cette classification, mais se situent derrière d'autres acteurs de la société civile jugés plus influents. L'identification des acteurs impliqués dans la promotion des dossiers à l'étude permet ainsi de nuancer l'influence médiatique et de dresser un portrait plus complet du phénomène.

La classification de Kingdon présente la hiérarchie suivante pour les acteurs non gouvernementaux (par ordre décroissant d'influence) : lobbys organisés¹⁹⁰, universitaires, médias, opinion publique (sondages) et engagements électoraux. Si on observe les deux dossiers à l'étude, on découvre que ceux-ci obéissent assez fidèlement à cet ordre. Il importe toutefois de noter avant d'aller plus loin, le niveau élevé d'imbrications entre les différents acteurs. En effet, les lobbys organisés et journalistes articulent généralement leur argumentation autour d'études universitaires ou appuient leurs dires sur des données de sondages d'opinion. De plus, l'influence des lobbys organisés sur la prise de décisions peut s'accroître en obtenant de la visibilité médiatique positive, renforçant également l'importance de cet acteur.

¹⁸⁹ Kingdon, J. W. (1995), *op. cit.* Voir partie 3.5 du document.

¹⁹⁰ L'influence des lobbyistes dépend de leur cohésion, de leur nombre et de leur capacité à affecter l'économie (Kingdon, 1995)

L'évaluation du poids des acteurs non-gouvernementaux sur la prise de décision politique doit donc tenir compte de cette dynamique particulière.

Pour le dossier des écoles juives, en dépit des données de sondage, du contenu médiatique et des sorties publiques d'universitaires largement défavorables au projet, c'est suite au refus de la Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys d'adhérer à la nouvelle mesure que le gouvernement se retire du dossier. D'ailleurs, cette mobilisation imminente du milieu scolaire a raison de l'engagement électoral du PLQ de 1994 à l'endroit de la communauté juive du Québec ainsi que des démarches du lobby des écoles juives et la Fédération de l'appel juif unifié (FCJA). Le niveau de cohésion des commissions scolaires, leur nombre, leur capacité de mobiliser leurs membres et de perturber ainsi le quotidien de l'institution peut expliquer son influence sur la prise de décision. En retour, le fait que le FCJA parvienne à placer le financement à l'agenda du gouvernement réaffirme le poids des lobbys dans la formation de l'agenda politique. Il faut également noter le faible poids des engagements électoraux.

Pour Orford, le poids du promoteur et des milieux d'affaires d'Estrée, bénéficiant davantage de ressources et de meilleures relations avec le gouvernement en place, permet d'expliquer l'adoption finale du projet de Loi 23. Ces groupes profitent également d'une certaine clémence des médias, tel qu'observé dans le travail. À l'inverse, les opposants se composent d'environnementalistes, de citoyens, d'universitaires, d'hommes d'affaire régionaux minoritaires¹⁹¹, d'artistes, de figures politiques régionales et de partis d'opposition. Les opposants, en dépit de leur influence probable sur l'opinion publique, semblent souffrir d'un manque de cohésion et d'une incapacité de perturber l'économie, ce qui réduit leur poids sur l'agenda politique, selon la classification de Kingdon. De plus, comme pour le

¹⁹¹ Dont les concurrents directs du promoteur André L'Espérance, notamment Fred Korman, président de la station Owl's Head, ancien actionnaire du groupe Intermon.

dossier des écoles, le gouvernement contrevient à son engagement préélectoral de ne pas aller de l'avant avec le projet sans avoir obtenu une approbation sociale suffisante.

Les travaux de Kingdon permettent donc de nuancer les résultats de la présente analyse. Toutefois, comme mentionné au chapitre III¹⁹², certaines raisons permettent de questionner les recherches de Kingdon. En dépit des limites méthodologiques, on peut tout de même concevoir le poids certain des médias dans la prise de décision politique.

6.2.3 Le poids de l'opinion publique sur la prise de décision

On peut également souligner l'influence variable des données de sondages sur l'agenda politique. En effet, la nature plus ou moins complexe des enjeux semble déterminer la validité de l'opinion publique et ainsi en affecter la prise en compte par les autorités. Pour le dossier des écoles juives, les questions de la laïcité en milieu scolaire, le débat sur le financement du réseau d'enseignement et l'influence des lobbys sur les élus s'avèrent des enjeux relativement simples et déjà connus du grand public. Les données d'opinion publique prennent ainsi une plus grande signification lors de la prise de décision. Toutefois, pour le dossier Orford, la complexité des enjeux, que ce soit les répercussions écologiques du développement immobilier ou les modalités de gestion d'une station récréotouristique, rend la compréhension plus difficile pour le lecteur moyen. Les données de sondage perdent ainsi un peu de leur importance, offrant ainsi une plus grande marge de manœuvre aux politiciens.

Plus la compréhension des enjeux augmente, plus il devient possible par la suite pour les électeurs de tenir le gouvernement responsable de ses actions. Tel

¹⁹² Voir partie 3.6.5 du document.

qu'évoqué par Herbst¹⁹³, l'opinion publique se présente dans une large mesure comme une construction journalistique. À défaut d'inculquer une telle compréhension des politiques aux électeurs, l'opinion publique devient un ensemble de limites largement définies à l'intérieur desquelles les élus peuvent exercer leur leadership, en interaction constante avec les groupes d'intérêt et les journalistes¹⁹⁴.

¹⁹³ Herbst, S. (1998), *op. cit.*

¹⁹⁴ Key, V. O. jr. (1961), *op. cit.*

CONCLUSION

Les efforts investis dans cette analyse visaient essentiellement à décrire le rôle de la presse écrite dans la mise en oeuvre de deux politiques récentes du gouvernement du Québec. De manière plus générale, la démarche visait à décrire les interactions entre les agendas public, médiatique et politique dans un contexte démocratique, et ainsi évaluer la congruence entre les dossiers à l'étude et la théorie examinée dans les premières parties du travail. Il est maintenant possible à cette étape de revenir sur les objectifs de la recherche et d'énoncer une série de conclusions.

Le premier volet d'analyse de contenu permet d'émettre les énoncés suivants : la presse écrite joue essentiellement des rôles d'interrogation et d'interprétation des deux politiques à l'étude. Le premier rôle vise à susciter la réflexion et la compréhension des enjeux, tandis que le second vise à émettre et articuler une opinion. On note néanmoins une plus grande proportion d'analyse effectuée par la presse écrite à l'égard du dossier des subventions aux écoles juives.

Le second volet d'analyse de contenu permet d'affirmer que la presse écrite n'appuie pas les politiques à l'étude, dans la mesure où environ le quart de l'espace rédactionnel en présente les aspects positifs. Si on observe l'appui des journaux francophones de l'échantillon au dossier des écoles juives, on constate que cette proportion passe à un peu plus d'un dixième de l'ensemble de l'espace rédactionnel. Cette proportion correspond assez fidèlement à celle observée dans les sondages d'opinion du 20 janvier 2005.

Si on se réfère aux approches théoriques de formation de l'agenda médiatique, décrites au chapitre II, on constate que ce phénomène s'apparente au modèle des « *uses and gratifications* »; ce modèle suggère un reflet des opinions des lecteurs au sein du contenu médiatique. À l'inverse, l'appui de la presse écrite au dossier du

Mont-Orford dépasse de plus de 10% celui récolté dans les sondages d'opinion du 3 mai 2006. Cette différence correspond davantage au modèle d'appareil idéologique, à savoir le reflet des valeurs sociales dominantes à même le contenu médiatique.

Les fluctuations dans le niveau d'attention médiatique témoignent d'un intérêt marqué des médias pour les situations conflictuelles. En effet, les points forts de l'attention médiatique à l'égard du dossier Orford coïncident avec les querelles internes au gouvernement. La couverture médiatique du dossier du Mont-Orford se concentre principalement sur les implications politiques/stratégiques de sa mise en oeuvre. Pour le dossier des écoles juives, l'attention médiatique augmente de manière relativement continue, pour atteindre son apogée au matin de l'annonce du retrait du gouvernement.

Les différences dans le travail effectué (rôle, appui et niveau d'attention) par la presse écrite lors de la mise en oeuvre des deux politiques à l'étude peuvent se justifier par une série de facteurs. On peut mentionner notamment la complexité technique de la politique du Mont-Orford, comparativement à celle des écoles. À défaut de posséder une telle expertise, la couverture journalistique du dossier se concentre davantage sur ses aspects politiques. À l'inverse, la simplicité relative du dossier des écoles juives permet une familiarisation rapide des journalistes avec les différents enjeux, permettant une analyse plus éclairée. On ne peut toutefois pas attribuer les différences dans le traitement journalistique des deux politiques à une volonté de désinformation de la part des médias.

Le manque d'expertise technique des journalistes, dans un dossier comme Orford, provoque une plus grande dépendance à l'égard des sources, gouvernementales ou issues de groupes d'intérêt. La capacité accrue des sources

gouvernementales à fournir leur version des faits aux médias¹⁹⁵ contribue également à justifier les différences dans la couverture des dossiers à l'étude. Ces différences se traduisent ainsi par un traitement médiatique légèrement plus clément à l'endroit de la politique du Mont-Orford. L'influence marquée de l'agenda politique sur l'agenda médiatique semble attribuable à la professionnalisation des relations publiques et à la relation d'interdépendance entre les deux instances¹⁹⁶.

Les résultats de l'analyse témoignent aussi du poids variable de l'opinion publique sur la prise de décision politique. En effet, il semble que le degré de familiarité (ou de proximité) du public avec les enjeux d'une politique affecte la validité des données de sondage, et ainsi sa prise en compte par les élus. Plus les enjeux se rapprochent des électeurs, plus leur opinion risque d'affecter leur participation électorale. À l'inverse, il semble que l'opinion du public à l'égard d'un dossier complexe et incertain comme Orford ne revêt pas la même valeur aux yeux des décideurs. Il incombe donc aux organisations médiatiques d'inculquer aux électeurs une compréhension adéquate des enjeux politiques; on facilite ainsi la prise de position à l'égard de l'action gouvernementale, réduisant la volatilité des sondages, obligeant alors les élus à tenir compte de l'opinion publique lors de l'élaboration des politiques. Ce phénomène fournit une explication supplémentaire au résultat final des deux politiques à l'étude, mais constitue également une piste de réflexion pour d'éventuelles recherches.

Finalement, on doit apporter certaines précisions en ce qui concerne la méthodologie employée pour la recherche. Le choix de procéder par analyse de contenu de la presse écrite pour décrire le rôle des médias dans le cycle des politiques publiques se justifie principalement par les contraintes matérielles liées à la présente

¹⁹⁵ Turk, J. V. (1986). *loc. cit.* Voir partie 2.5.4 du document.

¹⁹⁶ Berkowitz, D. (1992), *loc. cit.*; Turk, J. V. (1986). *loc. cit.* Voir partie 2.5.4 du document

démarche. En effet, une analyse de l'ensemble du contenu médiatique, incluant la totalité de la presse écrite, des nouvelles télévisées et radiodiffusées et du contenu Internet, aurait fourni une meilleure vue d'ensemble du phénomène.

De plus, l'ensemble de la recherche s'appuie sur l'idée que le contenu médiatique présente une influence sur l'opinion publique, principalement en établissant la saillance des différents enjeux. À cette idée s'ajoute celle voulant que différents types de contenus médiatiques effectuent différents rôles dans la formation d'opinion. Cette affirmation s'appuie sur la tendance documentée suivante : les auditeurs évitent de s'exposer à des opinions médiatiques contraires aux leurs. Ce phénomène limite ainsi l'influence du contenu éditorialiste sur les attitudes du public, mais réaffirme l'importance des autres types d'articles dans la formation d'opinions.

Cependant, la démarche de cette analyse ne permet pas de déterminer si les gouvernements évaluent les impacts potentiels de la couverture médiatique d'une politique au moment de la mettre en oeuvre. Un plus grand travail d'interrogation et d'analyse de la part des journalistes parvient-il à affecter le cycle d'une politique, en rapportant constamment des éléments nouveaux sur l'action gouvernementale? À l'inverse, un débat d'idées au sein du contenu médiatique contribue-t-il épuiser un enjeu, saturant le public d'opinions préconstruites, détournant ainsi son attention d'un dossier problématique? Obtenir les réponses à ces questions nécessite un accès privilégié aux structures de prise de décision politique; s'entretenir avec des ex-membres d'un cabinet permettrait de découvrir dans quelle mesure on tient compte du discours médiatique dans l'élaboration des politiques. Une telle démarche permettrait également de décrire le déroulement quotidien des activités de relations publiques entre politiciens et journalistes. Toutefois, la multitude de facteurs qui agissent sur l'agenda d'un gouvernement rend difficile d'isoler la seule influence du contenu médiatique.

En dépit des limites exposées tout au long du travail, l'analyse du rôle de la presse écrite permet d'observer une certaine sensibilité des décideurs quant au poids du contenu médiatique sur l'opinion publique. Quelques pistes d'explication peuvent être mises de l'avant en réponse à un tel phénomène, pouvant peut-être constituer l'objet d'éventuelles réflexions. Notamment, la difficulté pour les élus de déceler dans les données de sondages les segments « attentifs » de leur électorat, ou une volonté de la part des organisations médiatiques de se targuer de contrôler le processus décisionnel, ou tout simplement un leadership politique muselé par les contraintes structurelles propres aux démocraties occidentales.

L'analyse témoigne néanmoins d'une certaine connivence entre médias et pouvoirs politiques, révélant une réalité à mi-chemin entre les modèles de sphère publique et d'appareil idéologique. Ce rapport de dépendance mutuelle s'appuie sur une négociation constante d'un langage commun dans l'interprétation des enjeux touchant à la distribution de l'avoir collectif.

Tenter de décrire de manière absolue la dynamique entre les agendas médiatique et politique s'avère néanmoins une tâche pratiquement impossible, dû au fait qu'elle s'inscrit dans un rapport de force plus large, comme la plupart des phénomènes sociaux. Ce mémoire permet tout de même de mieux identifier les rôles joués par la presse écrite en regard à la formation de l'opinion publique; les applications concrètes de cette démarche contribuent d'une part à faciliter la promotion d'initiatives législatives par le gouvernement, et d'autre part à étoffer le travail des journalistes dans la couverture d'enjeux politiques. Le travail espère également fournir une arme supplémentaire aux politologues pour décrire le déroulement du cycle des politiques. Le tout souhaite ultimement aider les électeurs à interpréter le contenu médiatique, afin de mieux évaluer la performance des élus et ainsi d'orienter leur participation civique de façon éclairée.

ANNEXES

Tableau 7 : Type d'articles publiés (nombre de mots, données non-pondérées),

Dossier des écoles juives

Écoles juives	analyse	reportage	chronique d'opinion	chronique spécialisée	éditorial	Nouvelle	Commentaire	opinion (lecteur)
<i>La Presse</i>	5502	1099	1365	0	880	0	699	1020
<i>The Gazette</i>	3580	3116	0	757	1276	0	534	612
<i>Le Soleil</i>	0	1762	0	0	1884	0	232	602
<i>Le Droit</i>	0	1083	481	0	754	149	0	94
<i>Le Devoir</i>	0	5050	0	1310	830	0	4089	1141
Total	9082	12110	1846	2067	5624	149	5554	3469

Tableau 8 : Type d'articles publiés (nombre de mots, données non-pondérées),

Dossier du Mont-Orford

Mont-Orford	analyse	reportage	chronique d'opinion	chronique spécialisée	éditorial	nouvelle	commentaire	opinion (lecteur)
<i>La Presse</i>	4708	21356	2699	2512	4975	2618	6570	3757
<i>The Gazette</i>	0	20682	953	1385	7854	1539	802	1189
<i>Le Soleil</i>	0	9729	3048	1109	2509	4379	2014	1838
<i>Le Droit</i>	0	3074	103	410	785	1927	0	147
<i>Le Devoir</i>	0	22333	2287	6042	5708	1883	11245	5166
Total	4708	77174	9090	11458	21831	12346	20631	12097

Tableau 9 : Appui des quotidiens (nombre de mots, données non-pondérées), Dossier des écoles juives

Écoles juives	En faveur	Contre	Neutre
<i>La Presse</i>	1415	8819	331
<i>The Gazette</i>	5336	3312	1227
<i>Le Soleil</i>	391	3654	435
<i>Le Droit</i>	0	2155	406
<i>Le Devoir</i>	1169	10475	772
Total	8311	28415	3171

Tableau 10 : Appui des quotidiens (nombre de mots, données non-pondérées),

Dossier du Mont-Orford

Mont-Orford	En faveur	Contre	Neutre
<i>La Presse</i>	17736	28972	2756
<i>The Gazette</i>	9740	22375	2301
<i>Le Soleil</i>	4672	17729	2225
<i>Le Droit</i>	1430	4606	410
<i>Le Devoir</i>	5304	45914	3440
Total	38882	119596	11132

BIBLIOGRAPHIE

- Monographies :

Beaumgartner, F. R. & Jones, B. D. (1993), *Agendas and Instability in American Politics*, Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Biddle, B. U. & Thomas, E. J. (1966), *Role Theory: Concepts and Research*. New York: Wiley.

Blumler, J. G, Gurevitch, M. (1995), *The Crisis of Public Communication*. Coll. Communication and Society. London: Routledge Press.

Bouthat, C. (1993), *Guide de présentation des mémoires et thèses*, Montréal :
Décanat des études avancées et de la recherche, Université du Québec à
Montréal.

Canadian Media Director's Council, (2005), *Media Digest 04/05*. Toronto (ON):
Marketing Magazine.

Chomsky, N. (1988), *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*. New York : Pantheon Books.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983), *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building*. Boston: Allyn & Bacon; Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Cohen, B. C. (1973), *The Public's Impact on Foreign Policy*. Boston: Little, Brown.

- Edelman, M. (1964), *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois University Press.
- Entman, R. (1989), *Democracy without Citizens : Media and the Decay of American Politics*, New York : Oxford University Press.
- Fenno, R. F. (1978), *Homestyle : House Members in Their Districts*. Boston: Little, Brown and Co.
- Gandy, O. H. jr. (1982), *Beyond Agenda-Setting : Information Subsidies and Public Policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Gingras, A.-M. (2006), *Médias et démocratie : le grand malentendu (2^{ième} édition)* Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gitlin, T. (1980), *The Whole World is Watching : Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goldenberg, E. (1975), *Making the Papers : The Access of Resource-poor Groups to the Metropolitan Press*. Lexington, MA: Heath.
- Held, D. (1987), *Models of Democracy*, Stanford: Stanford University Press.
- Herbst, S. (1998), *Reading Public Opinion: How Political Actors view the Democratic Process*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Joslyn, R. (1984) *Mass Media and Elections*, New York: Random House.

Kairys, D. (1982), (Ed.), *The Politics of Law: A Progressive Critique*, New York: Pantheon Books.

Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, IL: Free Press.

Kenamer, D. (Ed.) (1992), *Public Opinion, The Press and Public Policy*, Westport, CT: Praeger.

Key, V. O. jr. (1961), *Public Opinion and American Democracy*, New York : Knopf.

Kingdon, J. W. (1995), *Agendas, Alternatives and Public Policies*(2nd Edition), Michigan: Longman.

Linsky, M. (1986), *Impact : How the Press Affects Federal Policymaking*. New York: Norton.

Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, New York: Harcourt Brace.

Marshall, T. R. (1989), *Public Opinion and the Supreme Court*, Boston: Unwin Hyman.

Morley, D. (1980), *The 'Nationwide' Audience*, London: British Film Institute.

Pal, L. A. (1992), *Public Policy Analysis*, Scarborough : Nelson Canada.

Raboy, M. (1992), *Les médias québécois : presse, radio, télévision, câblodistribution*, Boucherville: Gaëtan Morin éditeur.

- Rogers, J. W. et Dearing, E. M. (1996). *Communication Concepts 6 : Agenda-Setting*, Thousand Oaks, CA : Sage.
- Schattschneider, E. E. (1960), *The Semi-Sovereign People*. New York: Holt, Rinhart and Winston.
- Schlozman, K. & Tierney, J. T. (1986), *Organized Interests and American Democracy*. New York: Harper and Row.
- Sigal, L. (1973), *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, MA, Heath.
- Soroka, S. N. (2002), *Agenda-setting Dynamics in Canada*. Vancouver: UBC Press.
- Stinchcombe, A. L. (1968), *Constructing Social Theories*, New York: Harcourt, Brace and World.
- Strouse, J. C. (1975), *The Mass Media, Public Opinion and Public Policy Analysis : Linkage Explorations*. Columbus, OH: Merrill.
- Tuchman, G. (1978), *Making News : A Study in the Construction of Reality*. New York : Free Press.
- Weaver, D. H. & Wilhoit, G. C. (1980), *News media coverage of U.S. senators in four Congresses, 1953-1974* Lexington, KY.: Association for Education in Journalism.

- Chapitres de livres :

Cobb, R. W. & Elder, C. D. (1981), "Communication and Public Policy", In D. Nimmo et K. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication*, Beverly Hills, CA: Sage, p. 391-416.

Danielian, L. (1992), "Interest Groups in the News", in Kennamer, D. (Ed.), *Public Opinion, The Press and Public Policy*, Westport, CT: Praeger, p. 63-79.

Griffiths, A. P. (1969), "How Can One Person Represent Another?", in Pitkin, H. F. (Ed.), *Representation*, New York: Atherton Press.

Hall, S. (1979), "Culture, the Media and the Ideological Effect". In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass Communication and Society*. Beverly Hills, CA: Sage, p. 315-348.

Hall, S. (1981), "Encoding / Decoding", in Hall, S. & al., *Culture, Media, Language*, Londres: Hutchison & Center for Contemporary Cultural Studies, p. 128-138.

Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1964), "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. In L. Bryston (Ed.), *The Communication of Ideas: A Series of Addresses*. New York: Harper, p. 95-118.

Luttbeg, N. R. (1974), "Political Linkage in a Large Society", in N. R. Luttbeg (Ed.), *Public Opinion and Public Policy*, Homewood, IL: Dorsey Press, p. 1-10.

- McQuail, D. (1986), "Diversity in Political Communication: Its Sources, Forms and Future". In P. Golding, G. Murdock, & P. Schlesinger (Eds.), *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*. New York: Holmes and Meier.
- Molotch, H. & Lester, M. (1974), "Accidents, Scandals and Routines : resources for Insurgent Methodology". In G. Tuchman (Ed.), *The TV Establishment : Programming for Power and Profit*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, p. 53-65.
- Mullins, L. E. (1977), "Agenda Setting and the Young Voter", in D D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*. St-Paul, MN: West, p. 133-148.
- Murray, C. (2007), "The Media", in *Policy Analysis in Canada: The State of the Art*. Eds. L. Dobuzinskis, M.. Howlett and D. Laycock Toronto: University of Toronto Press, p. 286-297.
- Nachmias, D. & Henry, G. T. (1980), "The Utilization of Evaluation Research : Problems and Prospects", in D. Nachmias (Ed.), *The Practice of Policy Evaluation*, New York: St-Martin's Press.
- Rogers, E. M. & Chang, S. (1991), "Media Coverage of Technology Issues : Ethiopian Drought of 1984, AIDS, Challenger and Chernobyl", in Wilkens & P. Patterson (Eds.), *Risky Business: Communicating Issues of Science, Risk and Public Policy*, New York: Greenwood, p. 75-96.

Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988), "Agenda-Setting Research: Where has it been? Where is it going?" in J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook 11*, Newbury Park, CA: Sage, p. 555-594.

Shaw, D. L., & Clemmer, C. L. (1977), "News and the Public Response". In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*. St-Paul, MN: West, p. 33-51.

Swanson, D. L. (1988), "Feeling the Elephant : Some Observations on Agenda-Setting Research", In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 11*, Newbury Park, CA: Sage, p. 603-619.

Zimmerman, D. H. (1970), "The Practicalities of Rule Use", in J. D. Douglas (Ed.), *Understanding Everyday Life: Toward the Reconstruction of Sociological Knowledge*, Chicago: Aldine, p. 221-238.

Zucker, H. G. (1978), "The Variable Nature of News Media Influence". In B. D. Ruben (Ed.), *Communication Yearbook 2*, New Brunswick, NJ: Transaction, p. 235-246.

Peterson, T. (1956), "The Social Responsibility Theory", in Siebert, F. S. & al., *Four Theories of the Press*, Chicago: University of Illinois Press, p. 87-91.

- Articles de Périodiques :

Abott, E. A. & Brassfield, L. T. (1989). "Comparing Decisions on Releases by TV and Newspaper Gatekeepers". *Journalism Quarterly*, 66, p. 853-856.

- Ansolabehere, S. & Iyengar, S. (1994). "Riding the Wave and Claiming Ownership over Issues: The Joint Effects of Advertising and News Coverage in Campaigns", *Public Opinion Quarterly*, 58, p. 335-357.
- Aronoff, C. (1975). "Credibility of Public Relations for Journalists", *Public Relations Review*, 1, p. 45-56.
- Baxter, B. L. (1981). "The News Release : An Idea whose Time has Gone?" *Public Relations Review*, 7, p. 27-31.
- Berkowitz, D. (1990a). "Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34, p. 55-68.
- Berkowitz, D. & Adams, D. B. (1990). "Agenda-Building and Information Subsidy in Local Television News", *Journalism Quarterly*, 67, p. 723-731.
- Brooks, J. E. (1985). "Democratic Frustration in the Anglo-American Polities : A Quantification of Inconsistency Between Mass Public Opinion and Public Policy", *Western Political Quarterly*, 38, p. 250-261.
- Brooks, J. E. (1987). "The Opinion-Policy Nexus in France: Do Institutions and Ideology Make a Difference?" *Journal of Politics*, 49, p. 465-480.
- Brooks, J. E. (1990). "The Opinion-Policy Nexus in Germany", *Public Opinion Quarterly*, 54, p. 508-529.
- Brown, J. D. & al. (1987). "Invisible Power : Newspaper News Sources and the Limits of Diversity", *Journalism Quarterly*, 64, p. 45-54

- Cook, F. L. et al. (1983). "Media and Agenda Setting: Effects on the Public, Interest Group Leaders, Policymakers and Policy", *Public Opinion Quarterly*, 47, p. 16-35.
- Downs, A. (1972). "Up and Down with Ecology: The Issue-Attention Cycle", *Public Interest*, 28, p. 38-50.
- Einsiedel, E. F., Salomone, K. L. & Schneider, F. P. (1984). "Crime: Effects of Media Exposure and Personal Experience on Issue Salience". *Journalism Quarterly*, 61, p. 131-136.
- Erfle, S., McMillan, H., & Grofman, B. (1990). "Regulation Via Threats: Politics, Media Coverage, and Oil Pricing Decisions", *Public Opinion Quarterly*, 54, p. 48-63.
- Funkhouser, G. R. (1973a). "The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*, 37(1), p. 62-75.
- Gaziano, C. (1978), "Relationship Between Public Opinion and Supreme Court Decisions : Was Mr. Dooley Right?", *Communication Research*, 5, p. 131-149.
- Gibson, J. L. (1980). "Environmental Constraints on the Behavior of Judges: A Representational Model of Judicial Decision-Making", *Law and Society Review*, 14, p. 343-370.
- Gilberg, S. & al. (1980). "The State of the Union Address and the Press Agenda", *Journalism Quarterly*, 57, p. 584-588.

- Hilgartner, S. & Bosk, C. L. (1988), "The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model", *American Journal of Sociology*, 94, p. 53-78.
- Kopenhagen, L. L. (1985). "Aligning Values of Practitioners and Journalists". *Public Relations Review*, 11, p. 34-42.
- Lambeth, E. B. (1978). "Perceived Influence of the Press on Energy Policy Making", *Journalism Quarterly*, 55, p. 11-18, 72.
- Leff, D. R., Protess, D. L., & Brooks, S.C. (1986). "Crusading Journalism: Changing Public Attitudes and Policy-Making Agendas", *Public Opinion Quarterly*, 50, p. 300-315.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, p. 176-187.
- Morton, L. (1986). "How the Newspapers Choose the Releases they Use", *Public Relations Review*, 12, p. 22-27.
- Pritchard, D. (1986). "Homicide and Bargained Justice : The Agenda-Setting Effects of Crime News on Prosecutors", *Public Opinion Quarterly*, 50, p. 143-159.
- Pritchard, D., Dilts, J. P. & Berkowitz, D. (1987). "Prosecutors' use of External Agendas in Prosecuting Pornography Cases", *Journalism Quarterly*, 64, p. 392-398.
- Protess, D. L. & al. (1985). "Uncovering Rape: The Watchdog Press and the Limits of Agenda-Setting", *Public Opinion Quarterly*, 49, p. 19-37.

Rogers, E. M., Dearing, J. W., & Chang, S. (1991). "AIDS in the 1980s: The Agenda-Setting Process for a Public Issue", *Journalism Monographs*, 126., p. 1-47.

Scheingold, S. A., & Gressett, L. A. (1987). "Policy, Politics and the Criminal Courts", *American Bar Foundation Research Journal*, p. 461-505.

Soloski, J. (1989b). "Sources and Channels of Local News". *Journalism Quarterly*, 66, p. 864-870.

Shoemaker, P. J. (1982). "The Perceived Legitimacy of Deviant Political Groups", *Communication Research*, 9, p. 249-286.

Thrift, S. (2003). "Who Controls Canada's Media?", *Canadian Journal of Communication*, Vol. 28, p. 227-235.

Turk, J. V. (1986). "Information Subsidies and Media Content : A Study of Public Relations Influence on the News ", *Journalism Monographs*, 100.

Wanta, W., & Hu, Y. (1994). "The Effects of Credibility, Reliance, and Exposure on Media Agenda-Setting: A Path Analysis Model". *Journalism Quarterly*, 71(1), p. 99-109.

Weaver, D. H., McCombs, M. E. & Spellman, C. (1975). "Watergate and the Media: A Case Study of Agenda Setting". *American Politics Quarterly*, 3, p. 458-472.

- Articles de journaux :

Beauchemin, Malorie, « Une bataille qui ne fait que commencer », *La Presse* (Montréal), 4 mai 2006, p. A2.

Boivin, Simon, "Ce n'est pas le Tom qu'on veut", *Le Soleil* (Québec), 1^{er} avril 2006, p. A11.

Cardinal, François, « Coup de force à Québec; Orford revient hanter les libéraux », *La Presse* (Montréal), Le 13 juin 2006, p. A2.

Cauchy, Clairandree., « Québec financera à 100% les écoles privées juives ». *Le Devoir* (Montréal), 13 janvier 2005, p. A1.

Cauchy, Clairandree., & Chouinard, Tommy., « Charest recule », *Le Devoir* (Montréal), 20 janvier 2005, p. A1.

En bref, « Mulcair salué », *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} avril 2006, p. A5.

Francoeur, Louis-Gilles, « Mont Orford: André L'Espérance se plaint des médias », *Le Devoir* (Montréal), 14 mars 2006, p. A10.

Lessard, Denis, « Vente de terrains du Mont-Orford; les adversaires isolés », *La Presse* (Montréal), 7 mai 2006, p. A1.

Presse Canadienne, « Mont Orford : Charest et Mulcair se donnent la main... mollement », *Le Droit* (Outaouais), 6 avril 2006, p. 20.

- Documents officiels :

Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (mars 2005). *Rapport 209 : Les répercussions d'un échange de terrain sur la biodiversité et l'intégrité écologique du parc national du Mont-Orford. Rapport d'enquête et d'audience publique*. Québec : Bureau d'audiences publiques sur l'environnement.

Cournoyer, R., Demers, P. & Dépelteau, P. *Parc national du Mont-Orford. Audiences publiques des 6 et 7 décembre 2002. Synthèse de la consultation et des recommandations*. Québec : Société de la Faune et des Parcs du Québec, avril 2003.

L'Espérance, André, *Allocution devant la Commission des transports et de l'environnement*. Québec, Le 25 mai 2006. 37^{ième} législature, 2^{ième} session.

- Mémoires :

Girard, A. (2002), « Analyse du discours d'opinion sur Internet du quotidien montréalais *La Presse* (1995-2001) ». Mémoire, Montréal, Université du Québec à Montréal.

Masse-Jolicoeur, M. (2005), « Le destin du plan Copernic : étude sur le rôle des médias francophones dans la mise en place d'une réforme administrative en Belgique », Mémoire, Montréal, Université du Québec à Montréal.

- Extraits de conférences :

Ader, C. R. (1993). *A Longitudinal Study of Agenda-Setting for the Issues of Environmental Pollution*. Document présenté devant l'Association pour l'Éducation en Journalisme et Communication de Masse, Kansas City.

Berkowitz, D. & Beach, D. W. (1991 août). *News Sources and News Contexts: The Effects of Routine News, Conflict and Proximity*. Document présenté à la rencontre annuelle de l'Association pour l'éducation en journalisme et communication de masse, Boston, MA.

Pétry, F. & Collette, B. (décembre 2005) *Les engagements et leurs réalisation. Survol quantitatif*, Acte de colloque, présenté devant l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), Montréal.

Pritchard, D. & Berkowitz, D., (mai 1989), *The Influence of the Press and Public Opinion on Political Responses to Crime in nine American Cities from 1950 to 1980*, Document présenté à la réunion annuelle de l'Association internationale de communication, San Francisco, CA.

Turk, J. V., (août 1987), *Between President and Press : White House Public Information and its Influence on the News Media*. Document présenté à la rencontre annuelle de l'Association pour l'éducation en journalisme et communication de masse, San Antonio, TX.

- Documents en ligne :

Millerand, F., « David Morley et la problématique de la réception ». *Composite*. (En ligne). V. 97.1. 1997. <http://commposite.org/97.1/articles/milleran.htm>

Paré, Gilles. « Le Devoir et ses directeurs » (En ligne) <http://www.ledevoir.com/histoire.html>

The Canadian Encyclopedia (En ligne) <http://www.thecanadianencyclopedia.com>

Wikipedia Encyclopedia (En ligne) <http://fr.wikipedia.org/>